your 4eyes

Optik Magazin Dergisi Kasım *November* 2026/239



TREND
OPTİK ÇERÇEVE TRENDLERİ
TRENDS OF THE OPTICAL FRAMES

GÖZDE TREND *TREND IN VISION*
MYKITA

ZEISS ClearMind
Gözlük Camları



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



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 TURIZM VE TIC. LTD. ŞTI.
Gayrettepe Mah. Ayazmadere Cad. No:5 Saral İş Merkezi D5 Beşiktaş/İstanbul, Tel: 0 212 356 85 56-57,
mykita.com


SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / B3

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / C2



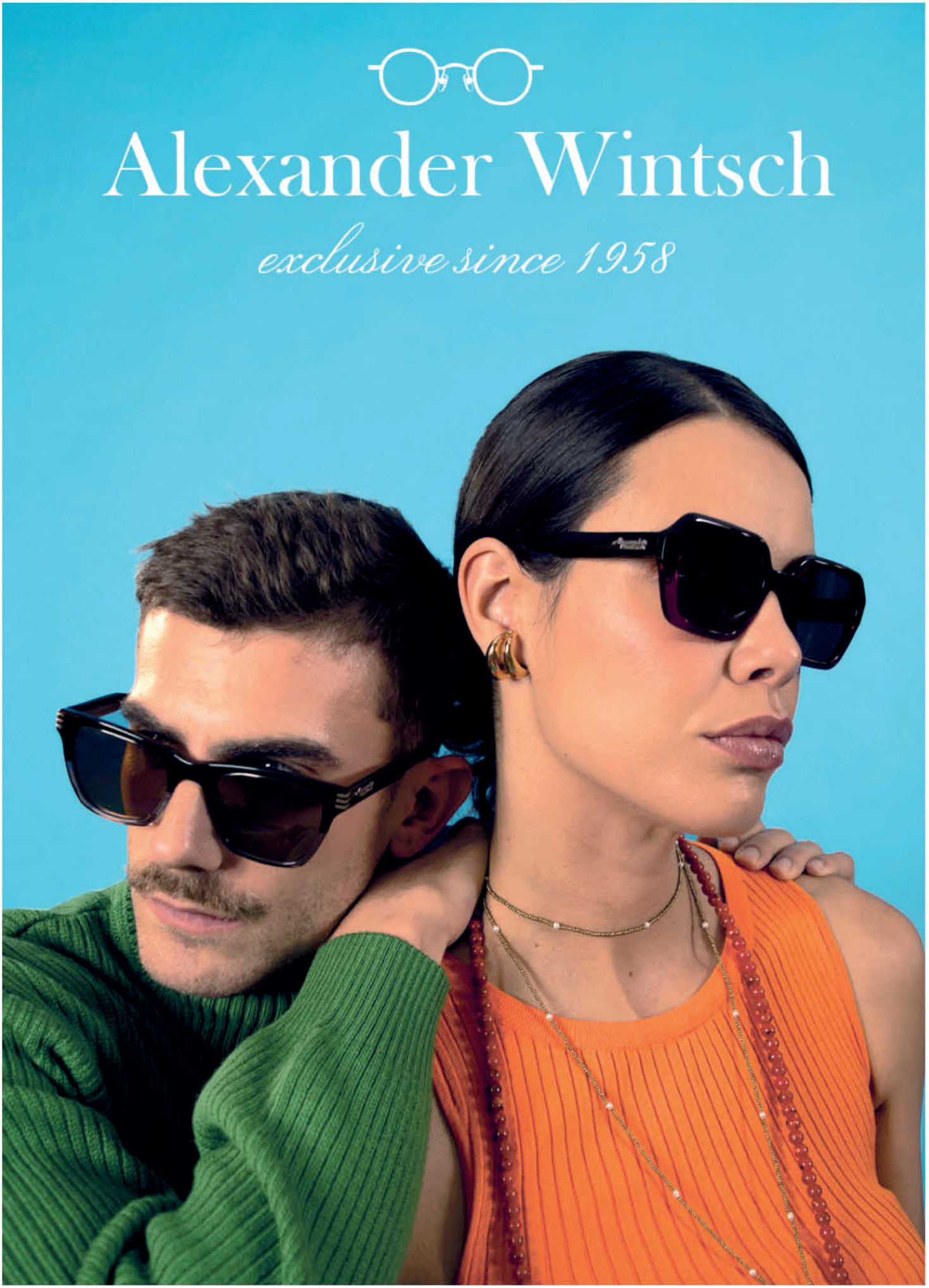
SER OPTİK SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
Gayrettepe Mah. Pazar Sok. Bareli Plaza No:4 K:1 Beşiktaş / İstanbul Tel: 0 212 266 57 22



SER OPTİK SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
Gayrettepe Mah. Pazar Sok. Bareli Plaza No:4 K:1 Beşiktaş / İstanbul Tel: 0 212 266 57 22



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



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

MÜKEMMEL GÖRÜŞ İÇİN YAPAY ZEKÂ

SILMO İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C3

STARLENS AI

YAPAY ZEKÂ GÖZLÜK CAMLARI

En sevdiğiniz gözlük camı, Yapay Zekâ ile yeniden tasarlandı.

Starlens AI, bugüne kadarki en hassas görüş deneyimini sunmak üzere tasarlanmış yeni nesil kişiselleştirilmiş gözlük camlarıdır.

Gelişmiş yapay zekâ teknolojisi sayesinde 100.000'den fazla kullanıcı deneyiminden öğrenir ve her birey için ideal optik çözümü öngörüp oluşturur.

Her bir Starlens AI gözlük camı, kullanıcının yaşam tarzı, görme alışkanlıkları ve tercihleri doğrultusunda özel olarak optimize edilir.

Sonuç: Eşsiz konfor, kolay adaptasyon ve maksimum memnuniyet.

Kimler Tercih Etmeli?

- Her durumda üstün kişiselleştirilmiş görüş isteyen kullanıcılar.
- Gelişmiş netlik ve rahatlık arayan progresif, tek odaklı ve dijital konfor gözlük camı kullanıcıları.
- Yenilik, hassasiyet ve özel tasarıma değer veren kişiler.

Başlıca Avantajlar

Her mesafede ve ışıkta net, rahat bir görüş deneyimi sunar.

Görüş alanları arasında zahmetsiz, pürüzsüz geçiş.

Hareket hâlindeyken veya dijital ortamlarda net ve stabil görüş.

Hiper kişiselleştirme: Her gözlük camı size özel üretilir.

Sürekli gelişim: AI platformu, kullanıcı deneyimlerinden öğrenerek her gün daha da iyileşir.



Mükemmel Görüşe Giden Yol

- Görme Profili: Reçete değerleri, önceki gözlük camları ve kullanıcı tercihleri
- Gözlük Camı Özellikleri: Malzeme, hammadde bazı, koridor uzunluğu, kaplamalar ve görüş alanı genişliği
- Kullanıcı Deneyimi: Konfor, netlik, estetik ve adaptasyon puanları

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

STARLENS AI PLATFORMU

Yapay Zekâ ile Yenilenen Görme Deneyimi



Starlens AI Platformu, yapay zekâ ve hiper-kişiselleştirme ile gözlük camı tasarımında devrim yaratıyor. Binlerce veri noktasını – görme profilleri, yaşam tarzı alışkanlıkları ve çevresel koşullar dahil – analiz ederek, yalnızca iki dakika içinde en uygun gözlük camı parametrelerini belirliyor. Gerçek kullanıcı geri bildirimlerini sürekli entegre eden Starlens AI, her yeni gözlük camında önceki binlerce kullanıcının deneyimlerinden öğrenerek kendini geliştiriyor.

Teknolojiler

OPTIMIZE

INSPIRED

YAPAY ZEKÂ

Artificial Intelligence - Yapay Zekâ

Yapay zekâ, her kullanıcı için en ideal camı kişiye özel tasarlayarak maksimum memnuniyet sağlar. Önceki kullanıcıların geniş deneyim verilerini analiz ederek, en uygun cam özelliklerini objektif biçimde seçer. Bu ileri teknoloji, her yeni kullanıcıdan öğrenerek sürekli daha da mükemmelleşir.

En Yüksek Derecede Kişiselleştirme

Starlens AI, yaşam tarzı, beklentiler, tercihler ve önceki kullanıcıların memnuniyet verilerini kullanarak kişiselleştirmeyi bir üst seviyeye taşır. Uygulanan ileri teknoloji, bu faktörlere dayalı ideal cam özelliklerini sorunsuz bir şekilde entegre ederek her kullanıcıya özel, benzersiz bir çözüm sunar.

Kullanıcı verileri Starlens AI Platformuna girilir ve yalnızca **2 dakikada** işlenir.



STARLENS AI PLATFORMU

yeni tarihi *not* edin

SILMO

İSTANBUL

OPTİK FUARI

ULUSLARARASI OPTİK ve OFTALMOLOJİK ÜRÜNLER FUARI

03-06

KASIM 2027

İSTANBUL FUAR MERKEZİ

5-6-7. SALON

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / B2

Silhouette



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

TABLE OF CONTENTS

KASIM / NOVEMBER 2026

your 4eyes
Optik Magazin Dergisi



14 Gözde Trend / *Trend in Vision*
MYKITA

54 Marka Hikayesi / *Brand Story*
LANCEL

102 Toptancı Röportajı / *Interview*
OPTİSAR OPTİK

120 Trend
RENKLERİN YORUMU: OPTİK ÇERÇEVE TRENDLERİ
INTERPRETATION OF COLORS:
TRENDS OF THE OPTICAL FRAMES

140 Göz Doktoru / *Eye Doctor*
GÖZ KAPAĞI SARKMASI
ESTETİK KAYGININ ÖTESİNDE
DROOPING EYELIDS BEYOND COSMETIC CONCERNS

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
İhlas Gazetecilik A.Ş.

İLETİŞİM
24 Saat Ajans / 0 212 660 24 66

WEB
www.4eyes.com.tr

E-MAIL
info@4eyes.com.tr



Beverly Hills'te Mağazacılığa Yeni Bir Vizyon

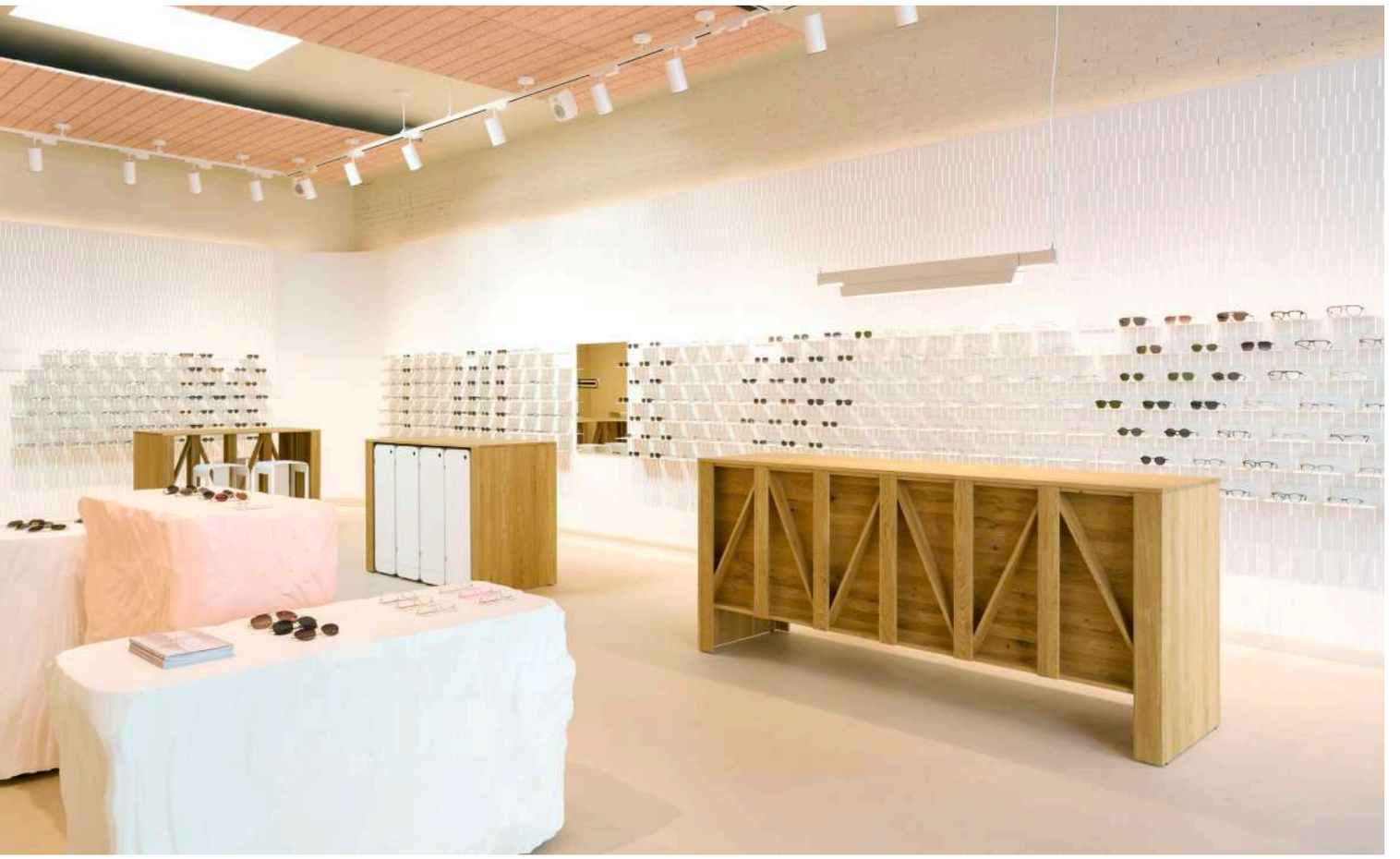
MYKITA

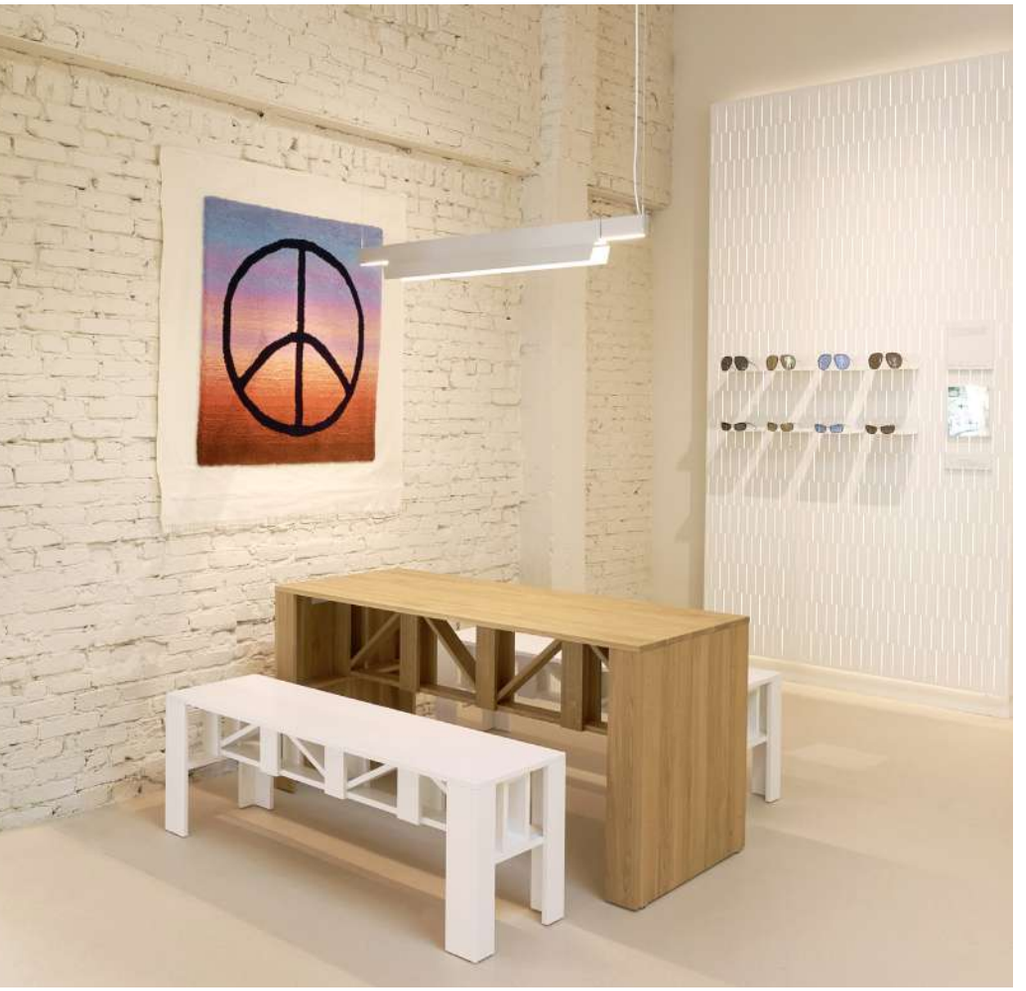
A New Vision for Retail in Beverly Hills











Dünya çapında 14 mağazaya ulaşan Berlinli tasarım evi, yeni Los Angeles adresinde mimariden ışığa, kişisel danışmanlıktan göz sağlığına uzanan ayrıntılarla optik mağazacılığın sınırlarını yeniden yorumluyor.

With 14 stores worldwide, the Berlin-based design house reimagines the boundaries of eyewear retail at its new Los Angeles location, bringing together architecture, lighting, personalized consultations, and eye care.



Bazı tasarım anlayışları, ortaya koydukları ürünlerden çok daha geniş bir dünyanın kapılarını aralar. Mykita'nın Kurucusu ve Kreatif Direktörü Moritz Krueger, henüz 24 yaşında çıktığı yolda bağımsız üretimi ve disiplinler arası yaratıcılığı markanın gelişiminin merkezine yerleştirdi. Mykita'nın tasarım anlayışı, ürünün yalnızca görünümüne değil, nasıl üretildiğine, nasıl kullanıldığına ve zaman içinde nasıl korunduğuna gösterilen eşit özenle farklılaşıyor. Uzun ömürlü tasarımları, hassas mühendisliği ve malzemelerin doğal niteliklerini öne çıkaran incelikli, yalın estetiğiyle Mykita, marka kültürünü kendi mağazalarının mimarisine de taşıyor. Koleksiyonları 80'den fazla ülkede seçkin optik ve moda mağazalarında sunulurken, Berlinli markanın dünya metropollerindeki kendi adresleri çok daha kapsamlı bir deneyim sunuyor.

Berlin'den Dünya Metropollerine

Mykita'nın mağazacılık yolculuğu 2008 yılında Berlin'de açılan ilk mağazasıyla başladı ve New York'un SoHo bölgesinden dünyanın farklı metropollerine uzandı. Bugün Berlin'deki iki adresinin yanı sıra Hamburg ve Münih'ten Manhattan'ın Upper East Side bölgesine, Tokyo, Osaka ve Taipei'den Bangkok ve Fukuoka'ya kadar geniş bir coğrafyada yer alan mağazaları, markanın tasarım kültürünü özgün bir mekan deneyimine dönüştürüyor. Japonya'daki üçüncü mağazasını Fukuoka'da, Tayland'daki ikinci mağazasını ise Bangkok'ta 2025 yılında açması, özellikle Asya'daki gelişiminin yakın dönem örneklerini oluşturuyor. Dünya çapında 14 mağazaya ulaşan Mykita'nın perakende yaklaşımının en yeni ve kapsamlı ifadesi ise Ekim 2026'da Beverly Hills'te kapılarını açan mağazasında hayat buluyor.

Duyulara Hitap Eden Mağaza Tasarımı

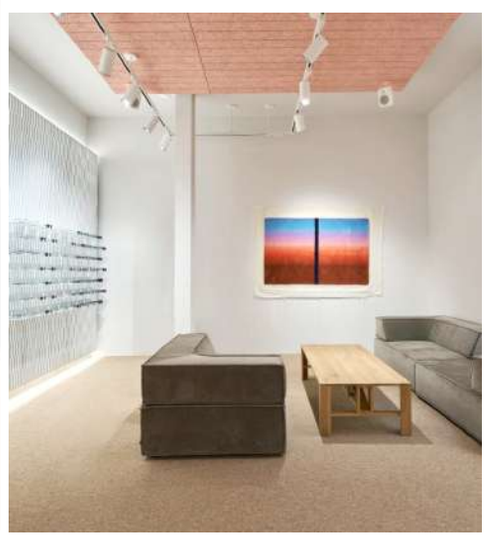
Beverly Hills'in Brighton Way üzerindeki yeni Mykita mağazası, markanın tasarım anlayışını mimariden görme sağlığına uzanan çok yönlü bir deneyime dönüştürüyor. Mağazanın mimari kimliğinde, Berlinli tasarım stüdyosu Gonzalez Haase ile birlikte yeniden yorumlanan Mykita Wall belirleyici rol oynuyor. Akıcı alüminyum yüzeylerden oluşan karakteristik sergileme sistemi, ana salonda mat beyaz kaplamasıyla öne çıkarken özel danışmanlık alanında eloksal işlemi uygulanmış saf alüminyumun doğal görünümünü koruyor. Asılı raflarda sergilenen çerçeveler ve yarıklı yüzeylerden süzülen yumuşak ışık, yapıya hafiflik ve derinlik kazandırıyor. Sergileme ünitelerinden aynalara, oturma alanlarından depolama bölümlerine uzanan kavisli çizgiler, teknik malzemelerin keskinliğini yumuşatarak mekanda görsel bir bütünlük sağlıyor. Mat beyaz, alüminyum ve doğal meşenin yalın birlikteliğine eşlik eden açık şeftali tonları ise iç mekana sıcaklık katıyor. Yapısı görünür bırakılan meşe üniteler, havayolu servis arabalarından esinlenen hareketli saklama ünitelerini barındırırken katlanmış alüminyumdan üretilen yüksek tabureler aynı tasarım dilini tamamlıyor.



Heykelsi görünümleriyle dikkat çeken Softy sergileme elemanları, yeniden değerlendirilmiş köpükten oluşan yumuşak iç yapılarıyla beklenmedik bir dokunma deneyimi sunuyor. Malzemenin yeniden kullanımına yaratıcı bir yorum getiren bu tasarımlara, gün boyunca dış ortam koşullarına uyum sağlayan biyodinamik aydınlatma eşlik ediyor. Doğru renk algısını ve görsel konforu destekleyen ışık sistemi, sürdürülebilir ses emici malzemeler, stüdyo kalitesinde ses teknolojisi ve mağazaya özel hazırlanan ambiyans sesleriyle tamamlanıyor. Böylece ziyaretçinin dikkatini dağıtan değil, görme deneyimine odaklanmasını kolaylaştıran sakin bir atmosfer oluşuyor.

Göz Sağlığına Bütüncül Yaklaşım

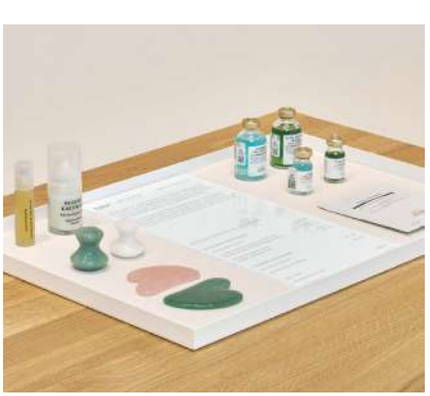
Yeni mağazanın kişiselleştirilmiş danışmanlık hizmetleri, görme sağlığına kapsamlı bir yaklaşım sunuyor. Ziyaretçilerin görme ihtiyaçları, yaşam tarzları ve sağlık geçmişleri doğrultusunda başlayan süreç; gelişmiş tanı teknolojileri, uzaktan hizmet veren lisanslı optometristler ve mağaza içindeki optik ekibin uzmanlığıyla ilerliyor.Mykita, Beverly Hills'teki yeni mağazasında tasarım kültürünü görme sağlığı ve kişiselleştirilmiş hizmetlerle bütünleştirerek optik mağazacılığa yeni bir standart getiriyor. Berlin'den dünya metropollerine uzanan bu yolculuk, markanın yalnızca coğrafi büyümesini değil, görmeye dair her ayrıntıyı kapsayan bütüncül vizyonunu da ortaya koyuyor.



Some design philosophies open the door to a world far beyond the products they create. Mykita Founder and Creative Director Moritz Krueger embarked on his journey at just 24, placing independent production and interdisciplinary creativity at the heart of the brand's evolution. Mykita's design language extends beyond appearance, placing equal emphasis on how each product is made, worn, and cared for over time. With its long-lasting designs, precision engineering, and refined, minimalist aesthetic that celebrates the inherent qualities of materials, Mykita brings its brand culture into the architecture of its own stores. While its collections are available at select optical and fashion retailers in more than 80 countries, the Berlin-based brand's own locations in major cities around the world offer a more comprehensive experience.

From Berlin to Global Cities

Mykita's retail journey began with its first store in Berlin in 2008, expanding from New York's SoHo neighborhood to major cities around the world. Today, its stores span a broad geographical landscape, from two locations in Berlin, Hamburg, and Munich to Manhattan's Upper East Side, Tokyo, Osaka, Taipei, Bangkok, and Fukuoka, transforming the brand's design culture into a distinctive spatial experience. The opening of its third store in Japan, in Fukuoka, and its second in Thailand, in Bangkok, in 2025 marked recent milestones in its expansion across Asia. With 14 stores worldwide, Mykita's latest and most comprehensive expression of its retail vision comes to life at its new Beverly Hills location, which opened in October 2026.







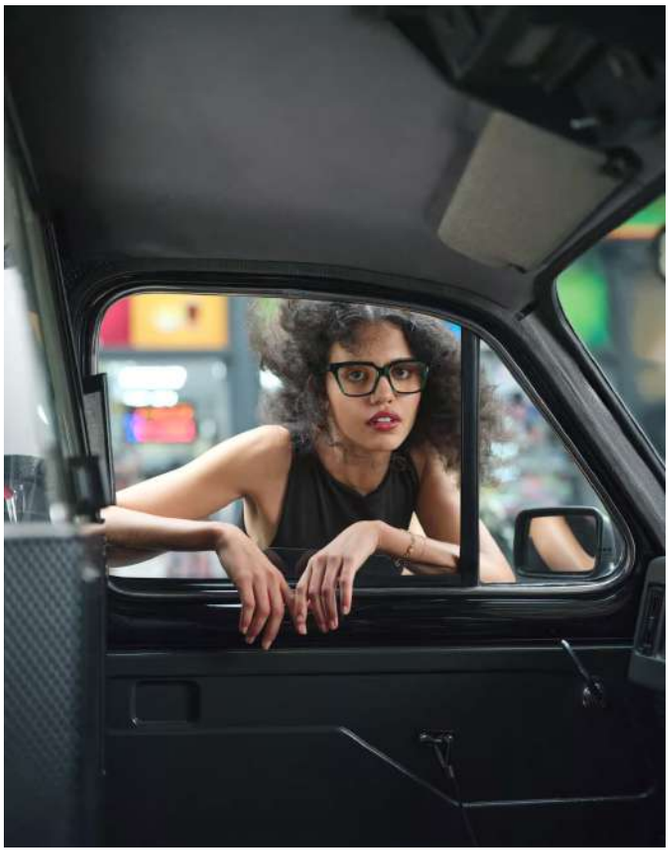
Designed to Engage the Senses

Mykita's new store on Brighton Way in Beverly Hills transforms the brand's design vision into a multifaceted experience spanning architecture and vision care. At the center of the store's architectural identity is a reinterpretation of the Mykita Wall, developed in collaboration with Berlin-based design studio Gonzalez Haase. Composed of flowing aluminum surfaces, the signature display system features a matte white finish in the main showroom, while the consultation area retains the natural appearance of anodized pure aluminum. Frames displayed on suspended shelves and soft illumination filtering through the slotted surfaces lend the structure a sense of lightness and depth. Curved lines running through the display systems, mirrors, seating, and storage areas soften the technical character of the materials, creating visual harmony throughout the space. Pale peach tones bring warmth to the restrained palette of matte white, aluminum, and natural oak. Exposed oak structures house mobile storage units inspired by airline service trolleys, while high stools crafted from folded aluminum complete the cohesive design language.

The sculptural Softy display elements introduce an unexpected tactile dimension, concealing a soft interior made from reclaimed foam beneath their solid appearance. Offering a creative perspective on material reuse, these pieces are complemented by biodynamic lighting that adjusts to outdoor conditions throughout the day. Supporting visual comfort and accurate color perception, the lighting works alongside sustainable sound-absorbing materials, studio-quality audio technology, and a bespoke ambient soundscape. Together, these elements create a calm atmosphere that encourages visitors to focus on their vision rather than surrounding distractions.

Taking Vision Care Further

The new store's personalized consultation services offer a comprehensive approach to vision care. Beginning with an assessment of each visitor's visual needs, lifestyle, and medical history, the process combines advanced diagnostic technologies with the expertise of Mykita's in-house optical team and licensed remote optometrists. At its new Beverly Hills location, Mykita brings together its design culture, vision care, and personalized services, setting a new standard for eyewear retail. From Berlin to major cities around the world, the brand's journey reflects not only its geographical expansion but also a holistic vision that considers every aspect of seeing.



Cutler and Gross Tasarım Mirasına Dönüyor

Cutler and Gross, 2026 Sonbahar/Kış sezonunda The Joy in Design koleksiyonuyla kurucularının tasarım mirasına dönüyor. Graham Cutler'ın kusursuz uyum arayışı ile Tony Gross'un deneysel yaklaşımını buluşturan seri, analog çağın özenli işçiliğinden ilham alıyor. İtalya'da el işçiliğiyle üretilen asetat modeller, mimari çizgileri ve 1970'lere uzanan referanslarıyla öne çıkıyor. Japonya'da saf titanyumdan üretilen Knightsbridge Green Titanium serisi ise hafif yapıyı incelikli detaylarla birleştiriyor. Markanın 1990'lar Londra'sına saygı duruşu niteliğindeki The Knowledge kampanyası, Blommers ve Schumm tarafından Londra'da fotoğraflandı.

Cutler and Gross Celebrates Its Heritage

Cutler and Gross revisits its founders' design heritage with The Joy in Design, its 2026 Fall/Winter collection. Bringing together Graham Cutler's meticulous approach to fit and Tony Gross's experimental spirit, the collection draws inspiration from the craftsmanship of the analog era. Handcrafted in Italy, the acetate styles feature architectural lines and design references dating back to the 1970s. The Knightsbridge Green Titanium series, crafted from pure titanium in Japan, combines lightweight construction with refined detailing. Paying tribute to the creative spirit of 1990s London, the brand's The Knowledge campaign was photographed in the city by Blommers and Schumm.

J.F. Rey Lab'den İlk Tasarım Sakura

J.F. Rey, zanaatkarlık ve ileri teknolojileri buluşturan yeni tasarım platformu J.F. Rey Lab'in ilk projesi Sakura'yı tanıttı. Kiraz çiçeklerinin kısa ömürlü güzelliğinden ilham alan sınırlı üretim güneş gözlüğü, çağdaş ve grafik çizgileriyle şiirsel bir tasarım anlayışı sunuyor. Sakura güneş modeli için parfüm dünyasının köklü isimlerinden Robertet ile gerçekleştirilen işbirliği ise duyusal deneyimi zenginleştiriyor. Kiraz çiçeğinden geliştirilen özel koku, güneş gözlüğünün kutusunda Sakura'ya eşlik ediyor. Görme ve koku duyularını bir araya getiren bu projesiyle J.F. Rey Lab, gözlük tasarımında farklı deneyim alanları keşfetme vizyonunu ortaya koyuyor.

J.F. Rey Lab Debuts Sakura

J.F. Rey has introduced Sakura, the first project from J.F. Rey Lab, its new design platform bringing together craftsmanship and advanced technologies. Inspired by the fleeting beauty of cherry blossoms, the limited-edition sunglasses feature contemporary, graphic lines with a poetic aesthetic. A collaboration with Robertet, a renowned name in the fragrance industry, adds a new sensory dimension to the Sakura sunglasses. A bespoke fragrance inspired by cherry blossoms accompanies Sakura in its case. By bringing together sight and scent, J.F. Rey Lab demonstrates its vision of exploring new dimensions of the eyewear experience.




TOM FORD
EYEWEAR
www.merveoptik.com



Italia Independent Renklerle Yenileniyor

Italia Independent, 2026 Sonbahar/Kış koleksiyonunda asetatın renk ve katman olanaklarını öne çıkarıyor. Altı optik ve dört güneş gözlüğü modelinden oluşan seri, 40 farklı seçenek sunuyor. Atelier Acetate, büyük formları, şeffaf yüzeylerin altından görünen metal sap çekirdekleri ve yumuşak renk geçişleriyle mimari bir yaklaşım benimsiyor. Cromacetate ise canlı renk eşleşmeleri, dokulu sap uçları ve kabartmalı logolarıyla dikkat çekiyor. Pastel tonlu camlarla tamamlanan güneş gözlükleri koleksiyonun enerjik yönünü yansıtıyor. Marka, daha ulaşılabilir yeni fiyat seçenekleriyle genç ve stil odaklı tüketicilere de seslenmeyi hedefliyor.

Italia Independent Embraces a Colorful Refresh

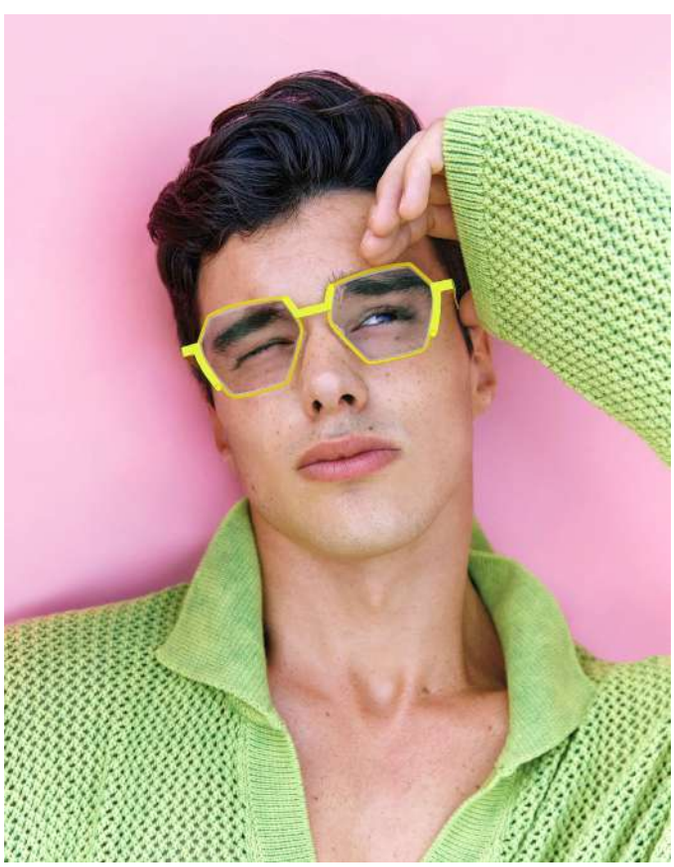
Italia Independent highlights the possibilities of color and layering in acetate with its 2026 Fall/Winter collection. Featuring six optical and four sunglass styles, the collection offers 40 variations. Atelier Acetate takes an architectural approach with oversized shapes, metal temple cores visible through transparent surfaces, and subtle color gradients. Cromacetate stands out with vibrant color combinations, textured temple tips, and raised logos. Sunglasses paired with pastel-tinted lenses reflect the collection's playful spirit. The brand also aims to reach younger, style-conscious consumers with new, more accessible pricing options.

Theo Boşluğa Biçim Veriyor

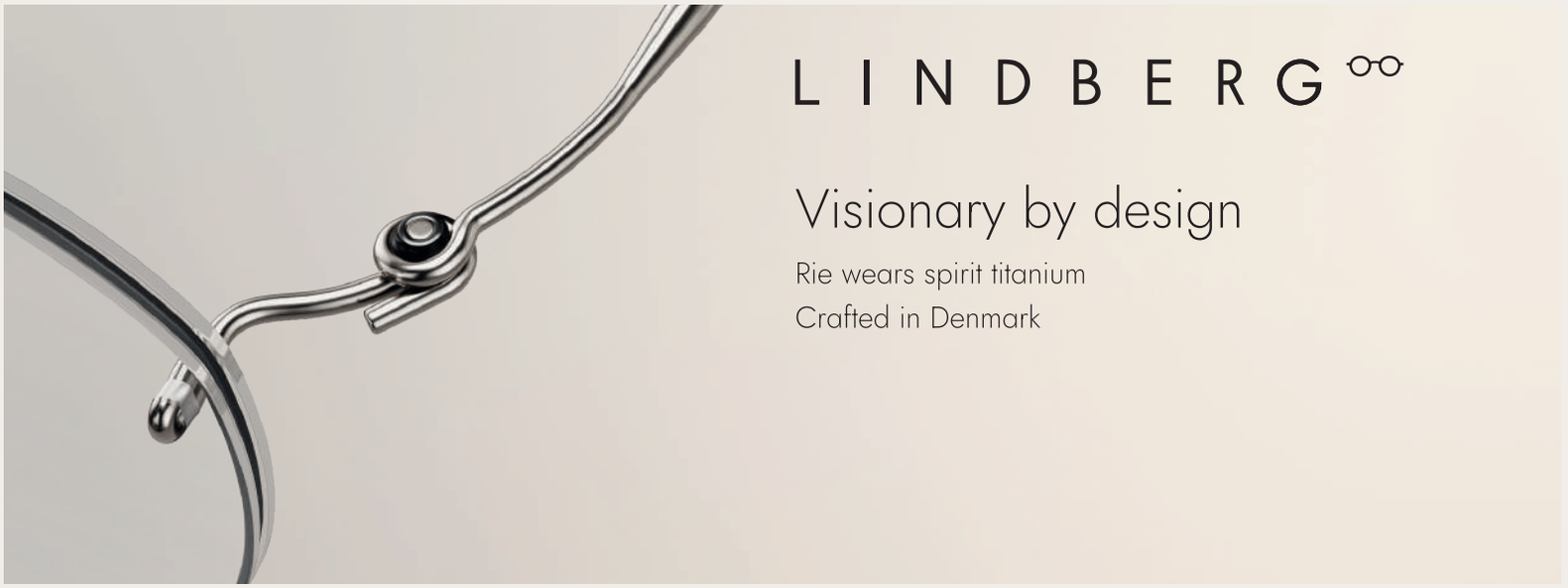
Theo Eyewear, Fransız tasarımcı Matali Crasset imzalı Les pleins et Les Vides adlı yeni koleksiyonunu beğenilere sundu. Belçikalı markanın iki renkli titanyum çerçevelerden oluşan altı modeli, biçim ile boşluk arasındaki ilişkiyi tasarımın merkezine taşıyor. Negative, Vide, Positive, Tension, Connexion ve Espace adlı modeller, görünen kadar görünmeyenin de bir formu şekillendirdiği düşüncesinden besleniyor. Ön yüzü, menteşeleri ve sap uçlarını birbirine bağlayan küresel detay, koleksiyonda görsel bütünlük yaratıyor. Crasset'nin 'gerilim alanı' yaklaşımını yansıtan tasarımlar, doluluk ve boşluk arasındaki dengeyi özgün bir estetik dile de dönüştürüyor.

Theo Gives Shape to the Void

Theo Eyewear unveils its new collection, Les Pleins et Les Vides, designed by French designer Matali Crasset. The Belgian brand's six styles, crafted from two-tone titanium, place the relationship between form and empty space at the heart of their design. Named Negative, Vide, Positive, Tension, Connexion, and Espace, the models explore the idea that what is absent shapes a form just as much as what is visible. A recurring spherical detail connects the fronts, hinges, and temple tips, creating visual harmony throughout the collection. Reflecting Crasset's concept of a "field of tension," the designs transform the balance between presence and absence into a distinctive aesthetic language.







CEMFA
CEMFA GÖZLÜK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.



Chopard Sürdürülebilir Lüksü Yorumluyor

Chopard Eyewear, 2026 Sonbahar/Kış koleksiyonunda mücevher ve saatçilik mirasını sürdürülebilir malzemelerle buluşturuyor. Kadın ve erkeklere yönelik optik ve güneş gözlüklerinde Renew asetat ve biyo bazlı camlar kullanılıyor. Ice Cube, High Jewellery, Alpine Eagle ve Classic Racing serilerinden ilham alan modeller, simgesel detayları yorumluyor. Kadın koleksiyonundaki Sch442, kedi gözü formu ve Ice Cube motifli sapıyla öne çıkarken, çerçevesiz Schm93S kelebek modeli taşlı çiçek süslemeleriyle dikkat çekiyor. Erkek koleksiyonundaki Alpine Eagle esintili Vch437 ise menteşesindeki pusula gülü simgesiyle saatçilik mirasına gönderme yapıyor.

Chopard Reinterprets Sustainable Luxury

Chopard Eyewear brings together its jewelry and watchmaking heritage with sustainable materials in its 2026 Fall/Winter collection. The optical frames and sunglasses for men and women feature Renew acetate and bio-based lenses. Inspired by the Ice Cube, High Jewellery, Alpine Eagle, and Classic Racing lines, the designs reinterpret the Maison's iconic details. In the women's collection, Sch442 stands out with its cat-eye silhouette and Ice Cube motif on the temple, while the rimless butterfly-shaped Schm93S features floral embellishments with sparkling stones. The men's Vch437, inspired by Alpine Eagle, pays tribute to Chopard's watchmaking heritage with a compass rose symbol on the hinge.

Eyecon için Geri Sayım Başladı

Eyecon, 5–7 Mart 2027 tarihlerinde New York'taki The Glasshouse'da üçüncü kez düzenlenecek. Gözlüğü moda, tasarım, teknoloji ve kültürün kesişiminde konumlandıran etkinlik, yeni tasarımcılarla köklü lüks markaları bir araya getirecek. Akıllı gözlüklerin yanı sıra optik cam teknolojileri, malzeme yenilikleri ve görsel performanstaki gelişmeler de programın odağında yer alacak. Moda ve teknoloji dünyasından isimlerin katıldığı Eyeconversations söyleşi serisi de yeniden düzenlenecek. Organizatörlerin açıkladığı verilere göre 2026 edisyonunda toplam ziyaretçi sayısı yüzde 28, alıcı ve karar verici katılımı ise yüzde 35 arttı.

Countdown to Eyecon Begins

Eyecon will return for its third edition at The Glasshouse in New York City from March 5–7, 2027. Positioning eyewear at the intersection of fashion, design, technology, and culture, the event will bring together emerging designers and established luxury brands. Alongside smart eyewear, the program will spotlight advances in optical lens technology, materials, and visual performance. The Eyeconversations discussion series will also return, featuring voices from the fashion and technology industries. According to organizers, the 2026 edition recorded a 28% increase in overall attendance and a 35% rise in buyers and decision-makers.

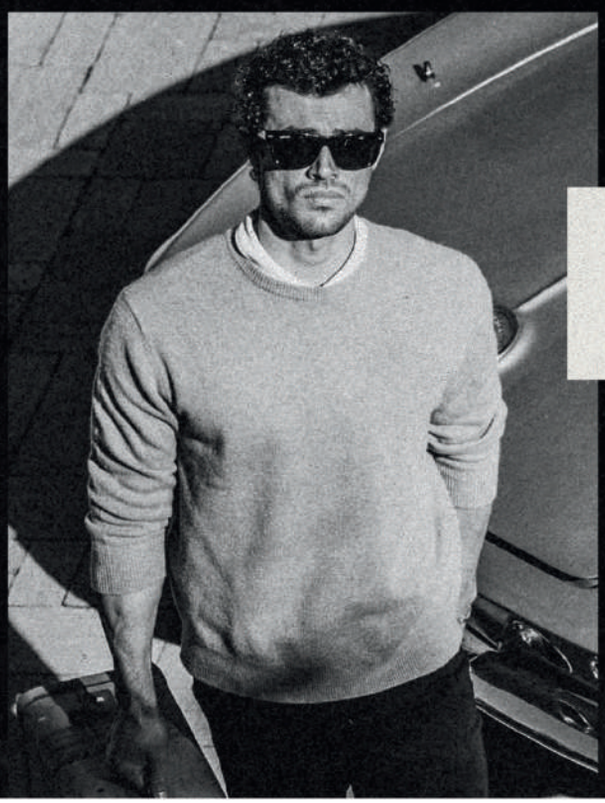


SERENGETI

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / B2

A STATE OF MIND

STYLE - BORREGO



THE
CALIFORNIA
COLLECTION

ANT
optik





Morel Hayal Gücünü Renklerle Buluşturuyor

Morel, renklerin ve hayal gücünün öne çıktığı yeni reklam kampanyasında bireyselliği merkeze alan düşsel bir dünya yaratıyor. Çiçeklerin gözlere dönüştüğü, kuşların uçuştuğu ve mimarinin canlandığı görseller, markanın yaratıcı tasarım anlayışını yansıtıyor. Kampanyada öne çıkan Mila, Enigma ve Varanger modelleri bu yaklaşımı farklı biçimlerde yorumluyor. Mila, iki şeffaf asetat tonunu geometrik kesimler ve yumuşak geçişlerle buluştururken Enigma, asimetrik detayları ve kontrast renkli saplarıyla dikkat çekiyor. Varanger ise ince titanyum yapısını asetat çerçeve kenarıyla tamamlıyor.

Morel Colors the Imagination

Morel creates a dreamlike world centered on individuality in its new advertising campaign, where color and imagination take center stage. Images of flowers turning into eyes, birds taking flight, and architecture coming to life reflect the brand's creative design philosophy. Featured in the campaign, the Mila, Enigma, and Varanger styles interpret this approach in different ways. Mila combines two translucent acetate shades with geometric cuts and soft gradients, while Enigma stands out with asymmetric details and contrasting temple colors. Varanger completes the trio with its delicate titanium construction and acetate rims.

Hoet 3D Baskı Titanyum Modellerini Tanıttı

Belçikalı gözlük markası Hoet, 3D baskı titanyum teknolojisiyle ürettiği H8 ve F8 modellerini tanıttı. Mimari yapılardan esinlenen tasarımlar, geniş siluetleri, belirgin titanyum iskeletleri ve açık hacimleriyle dikkat çekiyor. Marka, bu iki modeli çağdaş gözlük tasarımında giderek artan tekdüzeliğe bir yanıt olarak konumlandırıyor. Geleneksel üretim yöntemleriyle elde edilmesi güç formlar, katmanlı üretim teknolojisi sayesinde hayata geçiriliyor. Tasarımcı Bieke Hoet, teknolojiyi tasarımın kendisi değil, özgünleşmeyi sağlayan bir araç olarak gördüklerini vurguluyor. Kökenleri 1885'e uzanan Hoet, 2014'ten bu yana 3D baskı titanyum gözlük üretiyor.

Hoet Brings 3D-Printed Titanium to Life

Belgian eyewear brand Hoet unveiled its H8 and F8 models, crafted using 3D-printed titanium technology. Inspired by architecture, the designs stand out with their oversized silhouettes, pronounced titanium structures, and open volumes. The brand positions the two models as a response to the growing uniformity of contemporary eyewear design. Additive manufacturing technology makes it possible to create shapes that would be difficult to achieve through traditional production methods. Designer Bieke Hoet emphasizes that technology is not the design itself but a tool for creating distinctive styles. Founded in 1885, Hoet has produced 3D-printed titanium eyewear since 2014.





MOREL GÖZLÜK ENDÜSTRİ İTHALAT İHRACAT SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
Gebze Osb Mah. Kemal Nehrozoglu Cad. Cem-Fa Optik No: 501 /1 I 41400 Gebze/ Kocaeli



EssilorLuxottica Üçüncü Çeyrekte Büyüdü

EssilorLuxottica, 2026'nın 3. çeyreğinde cirosunu geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 9 artırarak 7,49 milyar euroya ulaştırdı. Şirketin göz sağlığı, gözlük ve medikal teknoloji faaliyetleri yüzde 6'nın üzerinde büyürken, AI gözlükler ve Nuance Audio'yu kapsayan giyilebilir teknoloji kategorisinde yüzde 20 artış kaydedildi. Stellest camlarının öncülüğünde miyopi yönetimi ürünlerinde ise yüzde 24 büyüme gerçekleşti. EssilorLuxottica Yönetim Kurulu Başkanı ve Ceo'su Francesco Milleri ile Ceo Yardımcısı Paul du Saillant, "Üçüncü çeyrekte tüm bölgelerin katkısıyla yüzde 9 ciro artışı sağladık. Asya-Pasifik bölgesi çift haneli büyümeyle öne çıktı" dedi.

EssilorLuxottica Reports Third-Quarter Growth

EssilorLuxottica reported revenue of €7.49 billion for the third quarter of 2026, up 9% year over year. The company's eyecare, eyewear, and med-tech businesses grew by more than 6%, while wearables, including AI glasses and Nuance Audio, recorded a 20% increase. Its myopia management portfolio also grew by 24%, driven by Stellest lenses. EssilorLuxottica Chairman and Ceo Francesco Milleri and Deputy Ceo Paul du Saillant stated, "In the third quarter, we delivered 9 percent revenue growth, with all regions contributing and Asia-Pacific standing out with double-digit growth." The company maintained its growth momentum through strong performance in both its traditional businesses and emerging wearable technologies.

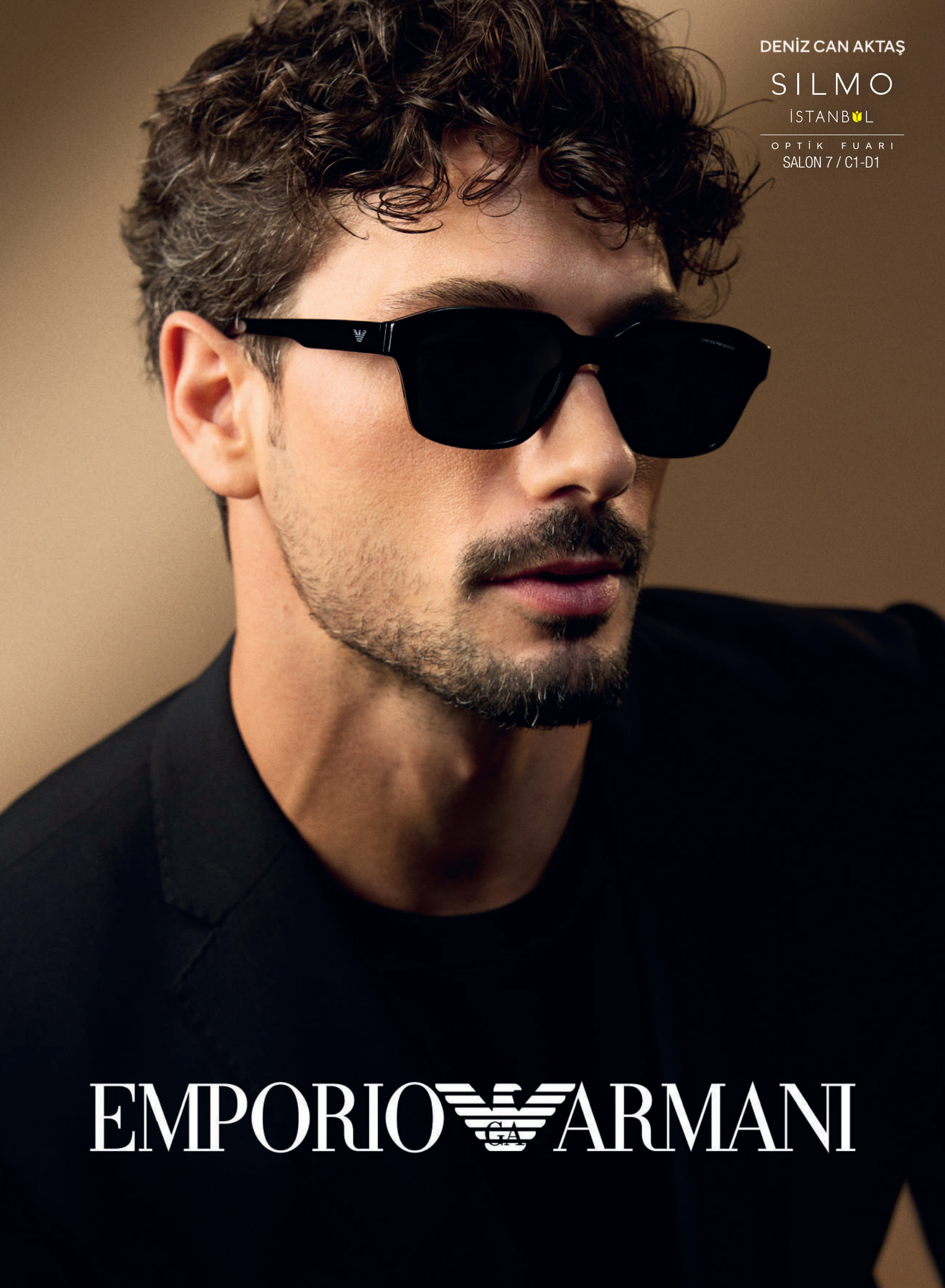
100% Optical Niş Markalara Yeni Alan Hazırlıyor

Bu yılki edisyonu 27 Şubat–1 Mart 2027 tarihlerinde Excel London'da gerçekleşecek 100% Optical fuarı, Frame of Mind adlı yeni bir alanı ziyaretçilerle buluşturacak. Bağımsız gözlük tasarımcılarını, optisyenleri ve butik perakendecileri buluşturmayı amaçlayan alan, özgün koleksiyonlara ve yaratıcı tasarımlara odaklanacak. Ana fuar alanından ayrı, özel bir bölümde konumlandırılacak Frame of Mind, niş markalara koleksiyonlarını sergileme ve potansiyel alıcılarla doğrudan iletişim kurma fırsatı sunacak. 100% Optical yetkilileri yeni alanın bağımsız gözlük tasarımını desteklerken sektör içinde yeni işbirliklerine zemin hazırlamasını hedeflediklerini belirtti.

100% Optical Introduces Frame of Mind

The 2027 edition of 100% Optical, taking place from February 27 to March 1 at Excel London, will introduce a new dedicated space called Frame of Mind. Designed to bring together independent eyewear designers, opticians, and boutique retailers, the space will focus on distinctive collections and creative designs. Located in a dedicated area away from the main show floor, Frame of Mind will offer niche brands an opportunity to showcase their collections and connect directly with potential buyers. According to 100% Optical organizers, the new initiative aims to support independent eyewear design while fostering new collaborations across the industry.




DENİZ CAN AKTAŞ
SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C1-D1
EMPORIO ARMANI



Marcolin ve Timberland Lisans Anlaşmasını Yeniledi

Marcolin ve TBL Licensing LLC, Timberland gözlüklerinin tasarım, üretim ve dünya genelindeki dağıtımını kapsayan lisans anlaşmasını 2031'e kadar uzattı. Şirketler, yenilenen anlaşmanın karşılıklı güveni ve uzun vadeli işbirliğini yansıttığını belirtiyor. Timberland'ın outdoor mirasını çağdaş çizgiler ve renklerle buluşturan optik çerçeve ve güneş gözlüğü koleksiyonları, 2003 yılından bu yana Marcolin tarafından geliştiriliyor. Birçok modelde biyobazlı malzemeler tercih edilirken koleksiyonlar seçili Timberland mağazaları, optik mağazalar, bağımsız perakendeciler ve çevrimiçi kanallarda satışa sunuluyor.

Marcolin and Timberland Renew Licensing Agreement

Marcolin and TBL Licensing LLC have extended their licensing agreement for the design, production, and worldwide distribution of Timberland eyewear through 2031. The companies say the renewed agreement reflects mutual trust and a long-term commitment to their partnership. Marcolin has developed Timberland's optical frames and sunglasses since 2003, combining the brand's outdoor heritage with contemporary designs and colors. Many styles feature bio-based materials, while the collections are available through select Timberland stores, optical stores, independent retailers, and online channels.

Caroline Abram Starlight'ı Tanıttı

Caroline Abram, heykelsi tasarım anlayışını daha belirgin hatlarla yorumladığı yeni gözlük koleksiyonu Starlight'ı sundu. Markanın karakteristik geniş formları korunurken hacimler daha yapılandırılmış, yüzeyler ise daha güçlü bir üç boyutlu etki kazanıyor. Tek parça asetat bloktan oyularak şekillendirilen çerçevelerde keskin kenarlar, çentikler ve yelpazeyi andıran geometrik detaylar öne çıkıyor. Işığı farklı açılardan yakalayan bu yüzeyler, renklerin derinliğini vurgularken çerçevelerin algılanan hacmini de hareketle birlikte değiştiriyor. Starlight, geçici eğilimler yerine özgünlüğü, rengi ve güçlü karakteri merkeze alan bir tasarım yaklaşımı sunuyor.

Caroline Abram Unveils Starlight

Caroline Abram has unveiled Starlight, a new eyewear collection that reinterprets the brand's sculptural design language with more defined lines. While retaining its signature generous proportions, the collection introduces more structured volumes and pronounced three-dimensional surfaces. Carved from solid blocks of acetate, the frames feature sharp edges, notches, and geometric fan-shaped details. Catching light from different angles, these surfaces enhance color depth while creating a shifting perception of volume as the frames move. Starlight embraces individuality, color, and distinctive character rather than fleeting trends.




MaxMara
www.merveoptik.com



Linda Farrow Room Service'i Sundu

Linda Farrow, Londra'nın beş yıldızlı otellerinden ilham alan 2027 İlkbahar/Yaz Room Service adlı güneş gözlüğü koleksiyonunu tanıttı. 1970'lerin otel atmosferini yansıtan seri, sıcak kahve, turuncu ve kızıl tonları Japonya'da el işçiliğiyle üretilen tasarımlara taşıyor. Janine, Kim, Stevie ve Nana modellerinde markanın 1970'lerden kalma beyaz cam logosu yeniden hayat buluyor. Melba, Portia ve Delmare'de titanyum menteşe detayları öne çıkarken Jasmine ve Stevie heykelsi titanyum formlarıyla dikkat çekiyor. Marcelo ve Sadie'de gerçek değerli metal kaplamalı camlar, Meret'te ise değişen ışığa uyum sağlayan fotokromik camlar kullanılıyor.

Linda Farrow Presents Room Service

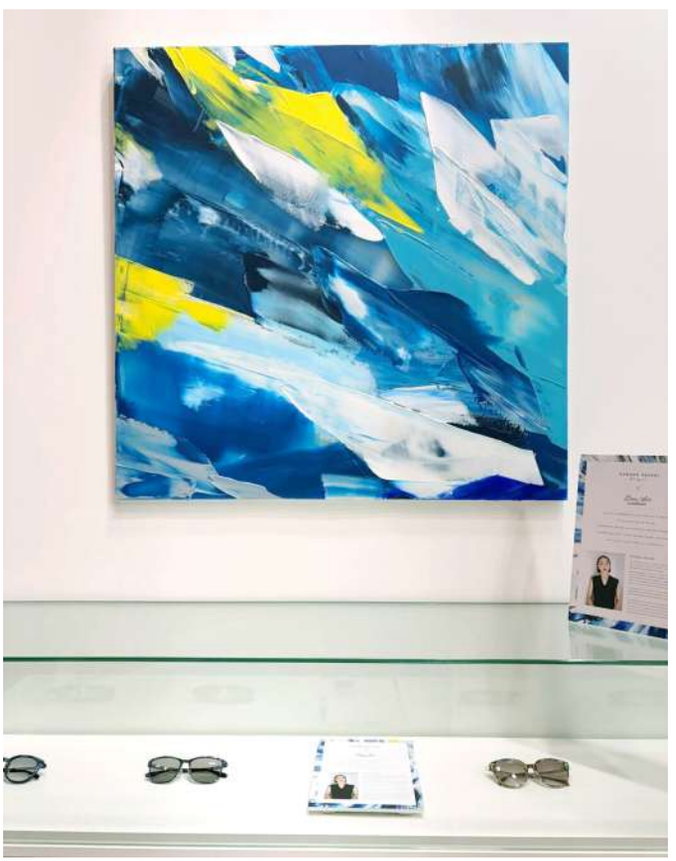
Linda Farrow unveiled Room Service, its 2027 Spring/Summer sunglasses collection inspired by London's five-star hotels. Evoking the atmosphere of 1970s luxury hotels, the collection brings warm brown, orange, and scarlet tones to designs handcrafted in Japan. The Janine, Kim, Stevie, and Nana styles revive the brand's original white lens logo from the 1970s. Melba, Portia, and Delmare feature distinctive titanium hinge details, while Jasmine and Stevie stand out with sculptural titanium silhouettes. Marcelo and Sadie incorporate lenses plated with real precious metals, while Meret features photochromic lenses that adapt to changing light conditions.

Charmant 70. Yılını Sanatla Taçlandırdı

Charmant Eyewear, kuruluşunun 70. yılını Japon sanatçı Kanako Sasaki ile Line Art by Charmant için hazırladığı özel gözlük koleksiyonuyla kutluyor. Cesur renk kullanımı ve akrilik çalışmalarıyla tanınan Sasaki'nin sanatından ilham alan koleksiyon, çok renkli desenleriyle öne çıkan optik ve güneş gözlüğü modellerinden oluşuyor. Sanatçının canlı renk paletini gözlük tasarımlarına taşıyan koleksiyon, Line Art by Charmant'ın tasarım anlayışına özgün bir sanatsal yorum kazandırıyor. Tokyo'nun Ginza semtindeki Line Art Charmant mağazasında düzenlenen özel pop-up etkinliği ise koleksiyonun lansmanını sanatçının eserleriyle bir araya getirdi.

Charmant Celebrates 70 Years Through Art

Charmant Eyewear is celebrating its 70th anniversary with an exclusive eyewear collection created in collaboration with Japanese artist Kanako Sasaki for Line Art by Charmant. Inspired by Sasaki's artwork, known for its bold use of color and acrylic techniques, the collection features optical frames and sunglasses distinguished by multicolored patterns. Bringing the artist's vibrant color palette into eyewear design, the collection adds a distinctive artistic expression to Line Art by Charmant's design identity. A special pop-up event at the Line Art Charmant store in Tokyo's Ginza district celebrated the collection's launch alongside the artist's work.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C2 A
MASUNAGA | KE
www.masunaga1905.com/kenzotakada
CEMFA GÖZLÜK SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ | cem-fa.com.tr



Ray-Ban Meta Bu Kez Sese Odaklandı

EssilorLuxottica ve Meta, Meta Connect'te kamerasız yeni AI gözlük serisi Ray-Ban Meta Audio'yu tanıttı. Yalnızca sese odaklanan seri, 43 grama kadar inen ağırlığıyla ortaklığın bugüne kadarki en hafif ve ince tasarımı olarak öne çıkıyor. Clubmaster ve Burbank modelleriyle sunulacak gözlükler, açık kulak ses sistemiyle müzik dinleme, telefon görüşmesi ve Meta AI erişimi sağlıyor. Numaralı camlarla uyumlu modeller, 12 saate varan pil ömrü ve ayarlanabilir burun pedleriyle dikkat çekiyor. Şirketler üçüncü nesil Ray-Ban Meta modellerini de duyururken yıl sonuna kadar 100'ü aşkın AI gözlük stili sunmayı hedefliyor.

Ray-Ban Meta Shifts Focus to Audio

EssilorLuxottica and Meta unveiled Ray-Ban Meta Audio, a new line of camera-free AI glasses, at Meta Connect. Designed exclusively for audio, the series is the partnership's lightest and slimmest offering to date, weighing as little as 43 grams. Available in Clubmaster and Burbank styles, the glasses feature open-ear audio for listening to music, making calls, and accessing Meta AI. Compatible with prescription lenses, the models offer up to 12 hours of battery life and adjustable nose pads. The companies also announced third-generation Ray-Ban Meta glasses, aiming to offer more than 100 AI eyewear styles by year-end.

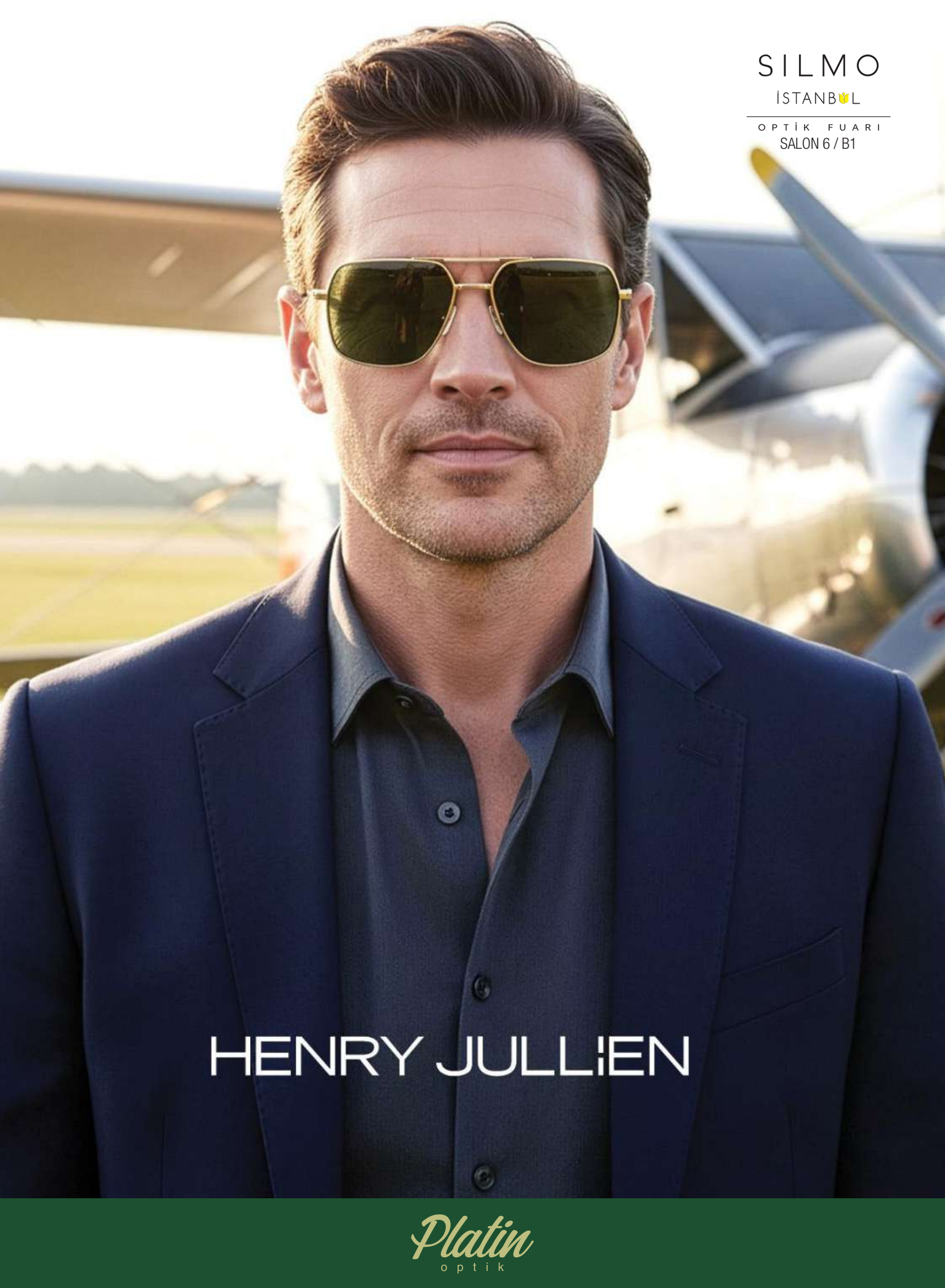
Ray-Ban Marvel Evrenini Gözlüklere Taşıdı

Ray-Ban, Marvel işbirliğiyle Spider-Man, Captain America, Doctor Doom ve Deadpool'dan esinlenen gözlük koleksiyonunu sundu. Wayfarer ve Aviator gibi ikonik modeller, karakterlere özgü renkler, logolar ve grafik detaylarla yorumlanıyor. Spider-Man temalı Folding Wayfarer, ağ desenleri ve cam ile sap uçlarındaki sembolleriyle dikkat çekiyor. Doctor Doom'dan ilham alan Bill Max, altın ve yeşil tonlarını lazer işlemeli metal aviator çerçevede buluşturuyor. Çocuklara yönelik Mini Aviator ise kırmızı metal çerçevesi, mavi camları ve Captain America'nın kalkanından esinlenen detaylarıyla öne çıkıyor. Seride çocuklar için optik gözlükler de bulunuyor.

Ray-Ban Brings the Marvel Universe to Eyewear

Ray-Ban unveiled its Marvel collaboration, featuring an eyewear collection inspired by Spider-Man, Captain America, Doctor Doom, and Deadpool. Iconic styles such as the Wayfarer and Aviator are reimagined with character-inspired colors, logos, and graphic details. The Spider-Man-themed Folding Wayfarer stands out with web patterns and superhero symbols on the lenses and temple tips. Inspired by Doctor Doom, the Bill Max combines gold and green tones with laser-engraved details on a metal aviator frame. For children, the Mini Aviator features a red metal frame, blue lenses, and details inspired by Captain America's shield. The collection also includes optical frames for kids.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / B1
HENRY JULLIEN
Platin
optik



Oakley & Kiko Kostadinov Doğadan Esinlendi

Oakley, tasarımcı Kiko Kostadinov ile işbirliği yaparak Ellipse güneş gözlüğünü yeniden yorumladı. Markanın 2026 Sonbahar/Kış defilesinde tanıtılan model, doğadan ilham alan ahşap dokular ve tüy desenleriyle dikkat çekiyor. Brown smoke wood ve amherst fade adlı iki renk seçeneğiyle sunulan gözlükte Oakley'nin hafif O Matter malzemesi kullanılıyor. Kaymayı önleyen Unobtainium sap uçları ve ayarlanabilir burun parçaları güvenli kullanım sağlıyor. PhysioMorphic Geometry teknolojisi camlara akıcı bir kavis kazandırırken bronz tonlu Prizm camlar kontrastı ve görsel netliği artırmayı hedefliyor. Model, 1 Ekim'de dünya genelinde satışa sunuldu.

Oakley & Kiko Kostadinov Embrace Nature

Oakley collaborated with designer Kiko Kostadinov to reinterpret its Ellipse sunglasses. Unveiled at the designer's 2026 Fall/Winter runway show, the model stands out with nature-inspired wood grain textures and feather patterns. Available in two colorways, Brown Smoke Wood and Amherst Fade, the sunglasses feature Oakley's lightweight O Matter material. No-slip Unobtainium temple tips and adjustable nose pieces ensure a secure fit. PhysioMorphic Geometry gives the lenses their distinctive fluid curvature, while bronze-tinted Prizm lenses are designed to enhance contrast and visual clarity. The model launched globally on October 1.

Zeiss Vision Care'in Yeni Ceo'su Açıklandı

Zeiss, Vision Care biriminin yeni Ceo'su olarak Jesper Wiegandt'ı atadı. Wiegandt, birimin küresel stratejik ve operasyonel yönetimini üstlenirken Ticari İşler Direktörlüğü görevini de vekaleten sürdürecek. Wiegandt, Zeiss Consumer Markets Ceo'su olarak görevine devam eden Sven Hermann'dan görevi devraldı. Zeiss'e 2022'de Pazarlama Direktörü olarak katılan Wiegandt, Ocak 2026'da Ticari İşler Direktörlüğüne atanmıştı. Hermann, Wiegandt'ın tüketici pazarlarındaki deneyimi ve liderlik becerileriyle Vision Care'in büyümesine katkı sağlayacağına inandığını belirtti. ABD operasyonlarının yönetimi ise Gary Rosenbaum'da kalacak.

Zeiss Appoints New Vision Care Ceo

Zeiss has appointed Jesper Wiegandt as the new Ceo of Zeiss Vision Care. Wiegandt will oversee the business's global strategic and operational management while continuing to serve as acting Chief Commercial Officer. He succeeds Sven Hermann, who remains Ceo of Zeiss Consumer Markets. Wiegandt joined Zeiss in 2022 as Chief Marketing Officer and was appointed Chief Commercial Officer in January 2026. Hermann expressed confidence that Wiegandt's consumer market expertise and leadership skills would contribute to Vision Care's continued growth. Gary Rosenbaum will retain responsibility for U.S. operations.




Mercedes-Benz
ic! berlin
www.merveoptik.com



Anne & Valentin Alüminyumu Yorumluyor

Anne & Valentin, yeni Alutitude koleksiyonuyla alüminyuma özgün bir tasarım yorumu getiriyor. Keşif, hareket ve kent yaşamından ilham alan seri, keskin geometrileri ve mat yüzeyleri yuvarlatılmış asetat saplarla buluşturuyor. Ön yüzler, perçinler ve menteşeler heykelsi etkiyi güçlendiriyor. City Green, Nightshift Blue ve Buoy Red gibi canlı renkler, alüminyumun endüstriyel görünümüne hareket katıyor. Beş modelden oluşan koleksiyonda geometrik panto, yuvarlak, kare, aviator ve dikdörtgen formlar farklı yorumlarla sunuluyor. Alutitude, teknik hassasiyet ile cesur renk kullanımını birleştirerek markanın sıra dışı tasarım anlayışını yansıtıyor.

Anne & Valentin Transforms Aluminum

Anne & Valentin brings a distinctive design perspective to aluminum with its new Alutitude collection. Inspired by exploration, movement, and urban life, the series combines sharp geometries and matte surfaces with rounded acetate temples. Precisely crafted fronts, rivets, and hinges enhance the sculptural appeal. Vibrant colors such as City Green, Nightshift Blue, and Buoy Red bring energy to aluminum's industrial character. The five-model collection offers fresh interpretations of geometric panto, round, square, aviator, and rectangular shapes. Blending technical precision with bold color choices, Alutitude reflects the brand's unconventional approach to eyewear design.

Akoni ve Out Of'dan Kayak Gözlüğü

Akoni ve Out Of, lüks tasarım ile kar sporları teknolojisini Explorer adlı kayak gözlüğünde buluşturdu. İşbirliğinin merkezinde, değişen ışık koşullarına göre camın koyuluğunu bir saniyeden kısa sürede otomatik ayarlayan yeni nesil IRID® teknolojisi yer alıyor. Mat siyah yüzeyler, siyah rodyum detaylar ve zümrüt yeşili tonlarıyla şekillenen tasarım, teknik özellikleri rafine bir estetikle birleştiriyor. Modern performans ekipmanlarından ve mimari yalınlıktan ilham alan Explorer, özel ambalajı ve koleksiyonluk tasarım unsurlarıyla da performans gözlüklerinde çıtayı yükseltiyor. İki marka, bu projeyle yüksek performans ve lüksü aynı tasarımda bir araya getiriyor.

Akoni and Out Of Unveil Explorer

Akoni and Out Of have combined luxury design and snow sports technology in their new Explorer ski goggles. At the heart of the collaboration is the latest generation of IRID® technology, which automatically adjusts lens tint to changing light conditions in less than one second. Matte black finishes, black rhodium details, and emerald green tones bring a refined aesthetic to the technical design. Inspired by modern performance equipment and architectural minimalism, Explorer also raises the bar for performance eyewear with its dedicated packaging and collectible design elements. Through this collaboration, the two brands bring high performance and luxury together in a single design.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C2 A
JAGUAR
CEMFA GÖZLÜK SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ I cem-fa.com.tr



Aleš Boem, Valérie Jurcíkov için Tasarladı

Praglı ürün tasarımcısı Aleš Boem, Çek moda tasarımcısı Valérie Jurcíkov'nın Mercedes-Benz Prag Moda Haftası'nda sunulan defilesine özel güneş gözlükleri geliştirdi. Valérie Jurcíkov'un 2027 İlkbahar/Yaz koleksiyonunu tamamlayan güneş gözlükleri, kıyafetlerle eş zamanlı olarak 3D baskı teknolojisiyle üretildi. 90'ların aerobik kültüründen ilham alan güneş modelleri, sportif kedi gözü formunu hacimli ve heykelsi hatlarla yeniden yorumluyor. Saçların öne düşmesini engelleyen işlevsel çerçeve detaylarıyla öne çıkan tasarımlar, iç mekanda şeffaflaşıp dış mekanda koyulaşan Hoya Sensity fotokromik camlarla satışa sunuluyor.

Aleš Boem Designs for Valérie Jurcíková

Prague-based product designer Aleš Boem created sunglasses for Czech fashion designer Valérie Jurcíková's runway presentation at Mercedes-Benz Prague Fashion Week. Designed to complement Jurcíková's Spring/Summer 2027 collection, the sunglasses were developed alongside the garments using 3D printing technology. Inspired by 1990s aerobics culture, the designs reinterpret the sporty cat-eye silhouette with bold, sculptural proportions. Featuring functional frame details that keep hair from falling forward, the sunglasses are available with Hoya Sensity photochromic lenses that turn clear indoors and darken outdoors.

Oliver Peoples ve Jil Sander Yeniden Buluştu

Jil Sander ve Oliver Peoples, ikinci ortak güneş gözlüğü koleksiyonları Collection 2'yi tanıttı. Jil Sander'in Kreatif Direktörü Simone Bellotti'nin tasarladığı seri, biri titanyum, ikisi asetat üç modelden oluşuyor. Japonya'da el işçiliğiyle üretilen çerçevelerde İtalya yapımı güneş gözlüğü camları kullanılıyor. Yuvarlatılmış formlar, ton sür ton eşleşmeler ve güçlü renk kontrastları koleksiyonun tasarım dilini belirliyor. Titanyum Edition 7, heykelsi üst barı, kıvrımlı sapları ve vintage esintili ayarlanabilir burun pedleriyle öne çıkıyor. Bellotti, koleksiyonu Japon üretim hassasiyetiyle organik, akışkan çizgilerin buluşması olarak tanımlıyor.

Oliver Peoples and Jil Sander Reunite

Jil Sander and Oliver Peoples unveiled Collection 2, their second collaborative sunglasses collection. Designed by Jil Sander Creative Director Simone Bellotti, the collection features three styles: one in titanium and two in acetate. Handcrafted in Japan, the frames are fitted with premium sunglass lenses made in Italy. Rounded shapes, tonal pairings, and bold color contrasts define the collection's design language. The titanium Edition 7 stands out with its sculptural top bar, curved temples, and vintage-inspired adjustable nose pads. Bellotti describes the collection as a meeting of Japanese precision and organic, fluid lines.



ANT
optik

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / B2





Mykita Işığın Hafifliğini Keşfediyor

Mykita, ışığın algı üzerindeki etkisini hafiflik kavramıyla buluşturan A Light Touch adlı 2026/27 kampanyasını tanıttı. Fotoğrafçı Ben Beagent'ın imzasını taşıyan çalışma, dağıtılmış ışık, yumuşak yansımalar ve renk geçişleriyle şekillenen portrelerden oluşuyor. Işıktaki küçük değişimlerin renkleri, dokuları ve kişisel ifadeyi nasıl dönüştürdüğünü araştıran görseller, markanın tasarım anlayışıyla örtüşüyor. Mykita, malzeme yenilikleri ve mühendislik yaklaşımıyla hafifliği yalnızca fiziksel bir özellik olarak değil, gözlük kullanım deneyimini belirleyen bir unsur olarak ele alıyor. Kampanya, berraklık, konfor ve karakteri yalın bir estetikte buluşturuyor.

Mykita Explores the Lightness of Light

Mykita unveiled its 2026/27 campaign, A Light Touch, bringing together the transformative power of light and the concept of lightness. Photographed by Ben Beagent, the campaign features portraits shaped by diffused light, soft reflections, and subtle color gradients. Exploring how slight shifts in light transform colors, textures, and individual expression, the imagery reflects the brand's design philosophy. Through material innovation and engineering, Mykita approaches lightness not merely as a physical quality but as an essential part of the eyewear experience. The campaign brings clarity, comfort, and character together through an understated aesthetic.

William Morris London 30. Yılını Kutluyor

William Morris London, 30. yılını Three Decades. One Vision. adlı yeni koleksiyonuyla kutluyor. Markanın Londra'ya özgü tasarım kimliğini yansıtan seri, yeni formları ve canlı renk kombinasyonlarını çağdaş yorumlarla buluşturuyor. Koleksiyonun merkezinde ise 30. yıl için özel hazırlanan sınırlı üretim Royal modeli yer alıyor. Modernize edilmiş asetat aviator tasarım, Londra metrosunun ikonik koltuk kumaşlarındaki renk ve geometrik desenlerden ilham alıyor. Siyah, kristal, mavi ve kırmızı seçenekleriyle sunulan Royal, kentin günlük yaşamından tanıdık bir görsel unsuru çağdaş gözlük tasarımına taşırken markanın mirasını kutluyor.

William Morris London Celebrates 30 Years

William Morris London celebrates its 30th anniversary with a new collection titled Three Decades. One Vision. Reflecting the brand's distinctive London identity, the collection combines new shapes and vibrant color combinations with contemporary design interpretations. At its heart is Royal, a limited-edition frame created especially for the anniversary. The modernized acetate aviator draws inspiration from the colors and geometric patterns of the iconic London Underground seat fabrics. Available in black, crystal, blue, and red, Royal transforms a familiar element of everyday London life into contemporary eyewear while celebrating the brand's heritage.




ColorMatic®
ENGINEERING PHOTOCHROMIC PERFORMANCE
SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C3
IŞIĞA DUYARLI
HAYATA UYUMLU
Fotokromik cam teknolojisinde
yeni bir dönem
İÇ MEKAN
BULUTLU
GÜNEŞLİ
RODENSTOCK
Because every eye is different
colormatic-lenses.com
Rodenstock Türkiye Distribütörü: Cemfa Optik San. ve Tic. A.Ş.
rodenstock.com.tr



Selin Olmsted 2028 Trend Raporunu Yayınladı

Selin Olmsted Studio, 2028 Eyewear Trend Report'u yayınladı. Dördüncü yılına giren 70 sayfayı aşkın rapor, moda, sanat, mimari ve kültürdeki küresel eğilimlerin gözlük tasarımına etkisini inceliyor. Sektör profesyonellerine yönelik çalışma; makro trendler, defile analizleri, sokak modası ve üretim yeniliklerini kapsıyor. Çerçeve formları, renkler ve tasarım detaylarının yanı sıra asetat, metal ve optik cam seçeneklerine ilişkin teknik referanslar sunuyor. Üreticilere doğrudan erişim sağlayan asetat bağlantıları ve Pantone renk paletleri, tasarım fikirlerinin ürün geliştirme süreçlerine aktarılmasını kolaylaştırıyor.

Selin Olmsted Releases 2028 Trend Report

Selin Olmsted Studio has released its 2028 Eyewear Trend Report. Now in its fourth year, the report spans over 70 pages and explores how global trends in fashion, art, architecture, and culture influence eyewear design. Created for industry professionals, the report covers macro trends, runway analysis, street style, and manufacturing innovations. It also provides technical references for acetate, metal, and optical lens selections, alongside frame shapes, colors, and design details. Direct links to acetate manufacturers and Pantone color palettes help translate design concepts into product development

---

Lucyd Aero Akıllı Gözlükte Sadelik Sunuyor

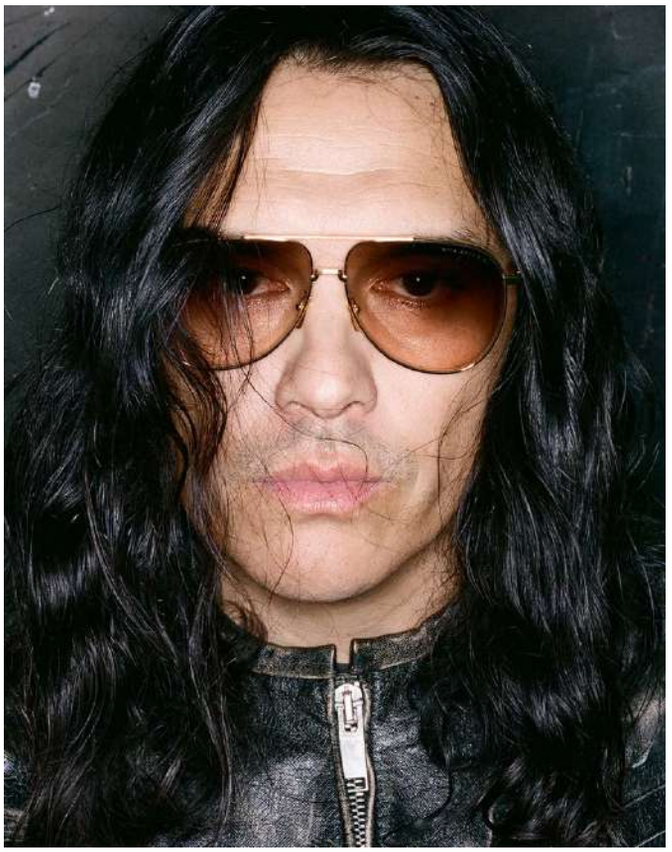
Innovative Eyewear, geleneksel optik gözlüklerden ayırt edilmesi güç tasarımıyla öne çıkan Lucyd Aero akıllı gözlük koleksiyonunu tanıttı. Kamera, görünür düğme ve dış ışık barındırmayan modeller, gizli dokunmatik yüzeyler aracılığıyla kontrol ediliyor. Yaklaşık 28–34 gram ağırlığındaki çerçeveler, Lucyd uygulaması üzerinden ChatGPT, Claude ve Gemini'ye eller serbest erişim sağlıyor. Koleksiyon ayrıca özel ve herkese açık telsiz iletişimi, kişiselleştirilebilir haber yayınları ve telefon görüşmelerinde de kullanılabilen çeviri özellikleri sunuyor. Şirket, yeni serisiyle ulaşılabilir fiyatları stil, konfor ve gizlilikle buluşturmayı hedefliyor.

Lucyd Aero Brings Simplicity to Smart Eyewear

Innovative Eyewear unveiled its Lucyd Aero smart eyewear collection, featuring a design virtually indistinguishable from traditional optical glasses. Free of cameras, visible buttons, and external lights, the models are controlled through discreet touchpads. Weighing approximately 28–34 grams, the frames provide hands-free access to ChatGPT, Claude, and Gemini through the Lucyd app. The collection also offers public and private walkie-talkie communication, customizable news broadcasts, and translation features available during phone calls. With the new series, the company aims to combine affordable pricing with style, comfort, and privacy.




THE FASHION YOU WEAR, THE WAY YOU SEE
OPTIC 844
www.optic844.com
Bwana
F-16 Display
BELGIAN AIR FORCE
ISODEC
RANDOLPH®
HANDCRAFTED AMERICAN EYEWEAR



Dita & 424 Eskitme Etkisini Tasarıma Taşıdı

Dita, Los Angeles merkezli moda markası 424 ile sınırlı üretim Artoa.92 güneş gözlüğünü tanıttı. Los Angeles'ta tasarlanıp Japonya'da el işçiliğiyle üretilen model, Dita'nın ikonik titanyum aviator formunu Guillermo Andrade'nin eskitilmiş tasarım anlayışıyla buluşturuyor. Perfection, Disturbed konseptiyle hazırlanan gözlük, 424'ün yıpranmış dokularından esinlenen özel deri kılıfıyla sunuluyor. Kutudaki zımpara kağıdı, kullanıcının çerçeveyi zamanla kendi zevkine göre aşındırarak kişiselleştirmesine olanak tanıyor. Dünya genelinde yalnızca 100 adet üretilen modelin 50'sinde Pigeon Blood, diğer 50'sinde Smoke renkli camlar bulunuyor.

Dita & 424 Bring Distressed Design to Eyewear

Dita unveiled the limited-edition Artoa.92 sunglasses in collaboration with Los Angeles-based fashion brand 424. Designed in Los Angeles and handcrafted in Japan, the model combines Dita's signature titanium aviator silhouette with Guillermo Andrade's distressed design aesthetic. Created under the concept Perfection, Disturbed, the sunglasses come in a custom leather case inspired by the worn textures of 424's apparel. A piece of sandpaper included in the packaging allows wearers to personalize their frames by gradually distressing the surface. Limited to just 100 pairs worldwide, the release features 50 pairs with pigeon blood lenses and 50 with smoke lenses.

Hong Kong Optik Fuarı 34. Kez Düzenlendi

Hong Kong Ticaret Geliştirme Konseyi tarafından düzenlenen 34. Hong Kong Uluslararası Optik Fuarı, 4–6 Kasım 2026 tarihlerinde Hong Kong Kongre ve Sergi Merkezi'nde sektör profesyonellerini buluşturdu. Uluslararası markaların yer aldığı Brand Name Gallery, yeni tasarımcıları öne çıkaran Designer Village ve yenilikçi gözlük teknolojilerine odaklanan Innovation Hub, fuarın dikkat çeken alanları arasında yer aldı. Akıllı gözlüklerden optik camlara, çerçevelerden teşhis cihazlarına uzanan geniş ürün yelpazesi ziyaretçilere sunuldu. Programda 24. Uluslararası Optometri Sempozyumu ve 26. Hong Kong Gözlük Tasarım Yarışması da ziyaretçilerden tam not aldı.

Hong Kong Optical Fair Holds 34th Edition

Organized by the Hong Kong Trade Development Council, the 34th Hong Kong International Optical Fair brought together industry professionals at the Hong Kong Convention and Exhibition Centre from November 4–6, 2026. Key highlights included the Brand Name Gallery featuring international brands, Designer Village spotlighting emerging designers, and Innovation Hub showcasing innovative eyewear technologies. Visitors explored a wide range of products, from smart eyewear and optical lenses to frames and diagnostic instruments. The program also featured the 24th International Optometric Symposium and the 26th Hong Kong Eyewear Design Competition.



Armati Gözlük

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / A3



ARMATİ GÖZLÜK VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.

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



Balenciaga Klasik Formlara Yeni Yorum Getirdi

Balenciaga, 2026 Sonbahar/Kış gözlük koleksiyonunda klasik formları yenilikçi detaylarla buluşturuyor. Sezonun öne çıkan modellerinden Nova, yumuşak kedi gözü çizgilerini uzun ve ovalimsi bir formla birleştirerek genç ve yalın bir görünüm sunuyor. Kademeli tasarlanan sapları, markanın ikonik BB logolarıyla tamamlanıyor. Cosmo ise köşeleri yuvarlatılmış dikdörtgen çerçevesiyle farklı bir karakter sergiliyor. Modelin menteşe bloklarındaki kabartmalı iki metal parça, içbükey etki yaratan Nano BB logosunu oluşturuyor. Her iki tasarım da Balenciaga'nın 2026 Sonbahar/Kış kampanyasında yer alıyor.

Balenciaga Reinvents Classic Shapes

Balenciaga brings innovative details to classic silhouettes in its 2026 Fall/Winter eyewear collection. One of the season's standout styles, Nova combines soft cat-eye lines with an elongated, oval-like shape for a youthful, understated look. Its stepped temples are accented with the brand's iconic BB logos. Cosmo, meanwhile, makes a different statement with its rectangular frame featuring rounded corners. Two raised metal elements on each hinge block come together to form the Nano BB logo, creating a concave effect. Both designs are featured in Balenciaga's 2026 Fall/Winter campaign.

Nina Mûr Freedom ile Sınırları Aştı

Nina Mûr, Japon estetiğindeki boşluğa anlam kazandıran Ma kavramından ilham aldığı Freedom koleksiyonunu beğenilere sundu. Dört modelden oluşan seri, çerçevenin camı bütünüyle çevrelemesi gerektiği fikrine farklı bir yorum getiriyor. Bilinçli olarak tamamlanmayan kesintisiz çizgiler, çerçeve yapısıyla cam arasında açık bir alan oluşturuyor. Teknik bir zorunluluktan değil, tasarım tercihinden doğan bu boşluk, koleksiyonun ayırt edici özelliğini oluşturuyor. Yohaku, Nagare, Kaze ve Sora adlarını taşıyan modeller, Japon kültüründe mekan, hareket ve doğayla ilişkili kavramlardan beslenerek özgürlüğün dört farklı yorumunu sunuyor.

Nina Mûr Explores New Dimensions

Nina Mûr unveiled its new collection, Freedom, drawing inspiration from Ma, a Japanese aesthetic concept that gives meaning to empty space. Featuring four styles, the collection challenges the idea that a frame must completely surround the lenses. Deliberately unfinished continuous lines create an open space between the frame structure and the lenses. Rather than serving a technical purpose, this space is an intentional design choice that defines the collection's distinctive character. Named Yohaku, Nagare, Kaze, and Sora, the four styles draw on Japanese concepts related to space, movement, and nature, offering four interpretations of freedom.



optiswiss

www.optiswiss.com

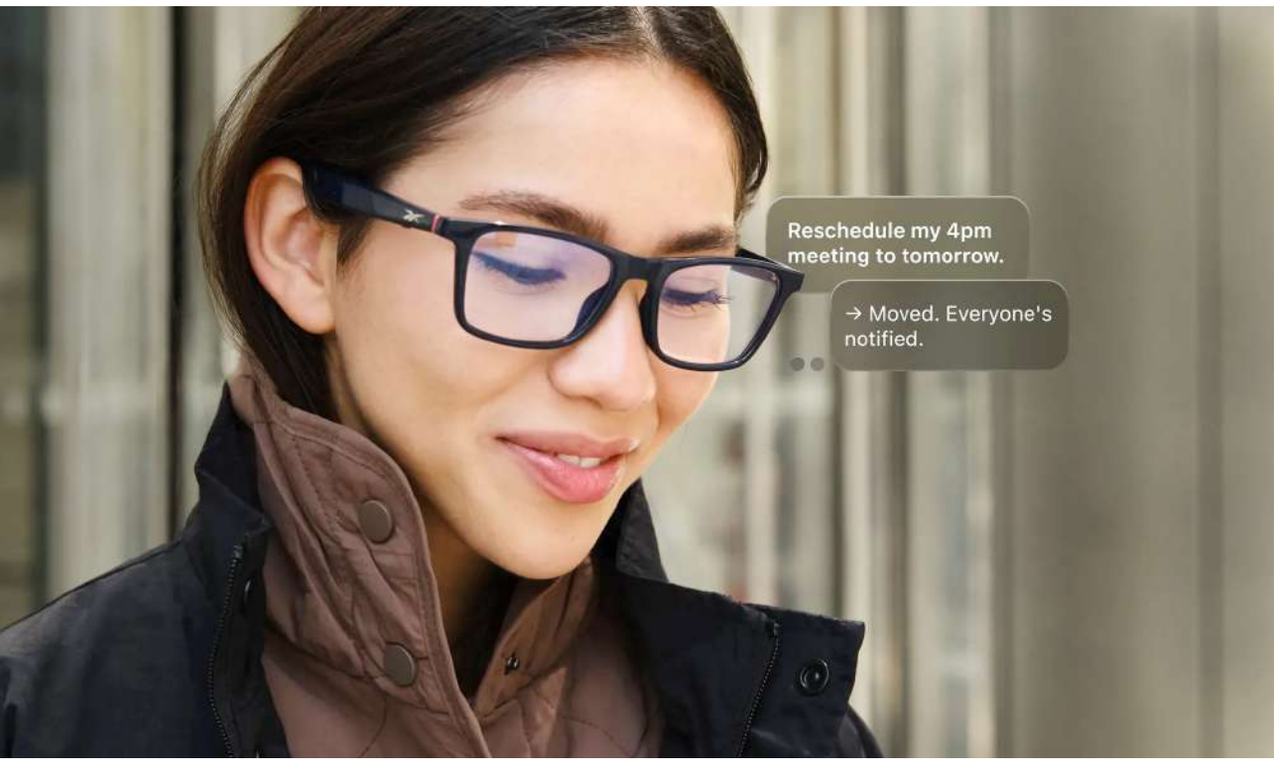
SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / C8

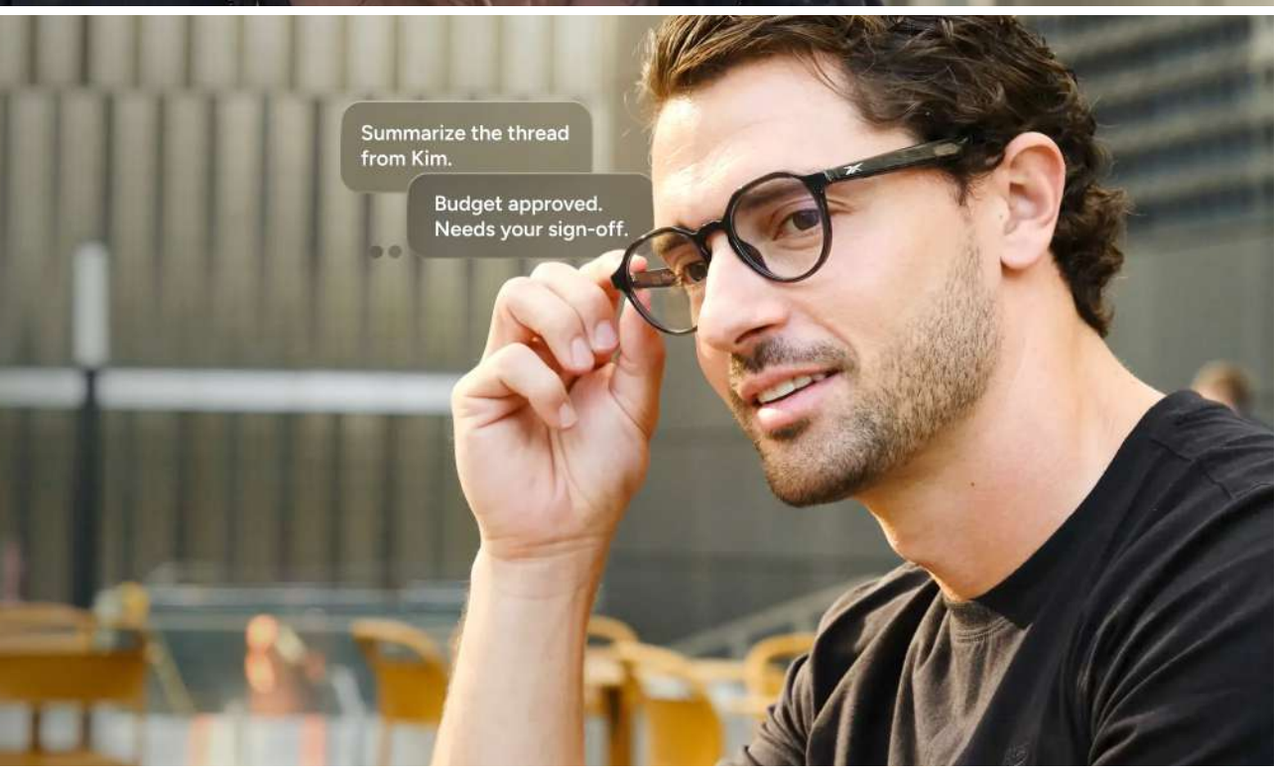


WASABI	CARAMEL	BUBBLEGUM	CANDY BLUE	MINT BLUE	SWEET PURPLE
Wasabi 30 % S19	Caramel 45 % S32	Bubblegum 55 % S28	Candy Blue 30 % S48	Mint Blue 45 % S15	Sweet Purple 45 % S11
Wasabi 30 / 10 % S20	Caramel 45 / 10 % S33	Bubblegum 55 / 10 % S29	Candy Blue 30 / 10 % S49	Mint Blue 45 / 10 % S16	Sweet Purple 45 / 10 % S12

Renkler temsilidir, indekse göre değişiklik gösterebilir.

Optiswiss Türkiye Distribütörü: Opka Optik San. ve Tic. Ltd. Şti.
opkaoptik.com.tr







Akıllı Gözlük Pazarının Hızla Yükselen Aktörü

Rising Force in Global Smart Eyewear Market

INNOVATIVE EYEWEAR



Lucyd markasıyla başladığı giyilebilir teknoloji üretimine; Nautica, Eddie Bauer ve Reebok'ı da çatısı altına alarak devam eden Innovative Eyewear, küresel akıllı gözlük pazarına hızlı büyümesiyle adeta meydan okuyor.

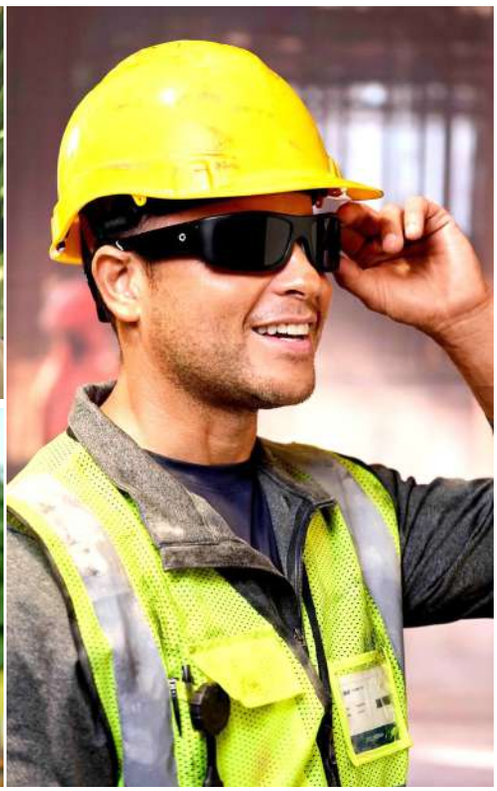
Giyilebilir teknoloji pazarının geleneksel ve hantal sınırları, optik dünyasının tasarım estetiğiyle birleştiğinde ortaya sadece bir teknoloji değil, yeni bir yaşam tarzı çıkıyor. Akıllı gözlüklerde küresel standardı geliştirme hedefiyle üç teknoloji girişimcisi tarafından 2019'da kurulan Innovative Eyewear, sektörün bu yeni segmentinde dev teknoloji ve optik şirketlerine adeta meydan okuyor. Lucyd markasıyla teknoloji, tasarım ve giyilebilir konforu bir araya getiren Miami merkezli şirket, 2022'deki halka arzının ardından büyümesini hızlandırdı. Nautica, Eddie Bauer ve Reebok lisanslarıyla marka portföyünü genişleten Innovative Eyewear, Lucyd app ile ChatGPT'ye sesli erişim sunarken farklı kullanım alanlarına yönelik akıllı gözlük koleksiyonları geliştirmeyi sürdürüyor. Akıllı gözlük pazarında hızlı bir ivme yakalayan şirket, 2025 yıl sonu sonuçlarının ardından, 2026'nın ilk yarısında yıllık bazda yaklaşık yüzde 71 gelir artışıyla tüm dikkatleri üzerine çekti. Sektörde ezber bozan projelere imza atan; aynı zamanda şair ve çok sayıda giyilebilir teknoloji patentinde mucit olarak adı geçen Innovative Eyewear Ceo'su ve Kurucu Ortağı Harrison Gross ile şirketin dünü, bugünü ve akıllı gözlüklerin geleceği üzerine yapılan röportajı sunuyoruz.

Starting its wearable technology journey with Lucyd and expanding its portfolio with Nautica, Eddie Bauer and Reebok, Innovative Eyewear is challenging the global smart eyewear market with its rapid financial growth.

When the traditional, often bulky boundaries of wearable technology meet the design aesthetics of the optical world, the result is not simply technology, but a new way of life. Founded in 2019 by three like-minded tech entrepreneurs, Innovative Eyewear is challenging some of the biggest names in technology and eyewear in this emerging segment. Combining technology, design and wearable comfort under its Lucyd brand, the Miami-based company accelerated its growth following its 2022 IPO. Expanding its brand portfolio through licenses with Nautica, Eddie Bauer and Reebok, Innovative Eyewear continues to develop smart eyewear collections for different uses, while its Lucyd app provides voice access to ChatGPT. Following strong year-end results in 2025, the company drew further attention with approximately 71% year-over-year revenue growth in the first half of 2026. At the center of this momentum is Innovative Eyewear Co-Founder and Ceo Harrison Gross, a named inventor on numerous wearable technology patents who is also a poet. Drawing primarily on Gross's remarks at the Sidoti Micro-Cap Investor Conference, complemented by his interview, we explore the company's journey, its current momentum and the future of smart eyewear.







Innovative Eyewear'ın temelleri nasıl atıldı ve şirketi kurarken akıllı gözlük pazarında nasıl bir fırsat gördünüz?

Hikayemiz aslında akıllı gözlükler üzerinde çalışmaya başladığımız 2017 yılına uzanıyor. O dönemde pazara baktığımızda büyük bir boşluk gördük. Mevcut ürünlerin çoğu ağır ve pahalıydı; numaralı cam kullanımına ve gün boyu konfora yeterince odaklanmıyordu. Biz ise normal bir gözlük gibi görünen, hafif, rahat ve numaralı camlarla kullanılabilen akıllı gözlükler geliştirmek istedik. Bu vizyonla 2019'da Innovative Eyewear'ı kurduk. 2020'de ilk beta ürünümüz Lucyd Loud'u piyasaya sunduk ve bu model bize akıllı gözlüklerin ana akım pazara nasıl taşınabileceği konusunda çok şey öğretti. Ardından 2021'in başında ilk ticari ürünümüz Lucyd Lyte'ı tanıttık. Lyte ile insanların gün boyu kullanabileceği, geleneksel tasarımcı gözlüklerine yakın fiyatlarda, hafif ve konforlu bir akıllı gözlük sunmayı hedefledik. Bugün yakın dönem başarımızı ise Lucyd Armor akıllı koruyucu gözlüklerimizin güçlü performansı ve tüketiciler arasında akıllı gözlüklere yönelik hızla artan farkındalık destekliyor.

How did Innovative Eyewear get its start, and what opportunity did you see in the smart eyewear market?

Our story really goes back to 2017, when we first started working on smart eyewear. At the time, we saw a big gap in the market. Most products were heavy and expensive, with little focus on prescription use or all-day comfort. We wanted to develop smart eyewear that looked like regular glasses, was lightweight and comfortable, and could take prescription lenses. With that vision, we founded Innovative Eyewear in 2019. In 2020, we launched our first beta product, Lucyd Loud, which taught us a lot about how smart eyewear could move into the mainstream. Then, in early 2021, we introduced our first commercial product, Lucyd Lyte. With Lyte, our goal was to offer lightweight, comfortable smart eyewear that people could wear all day, at a price comparable to traditional designer eyewear. Today, our recent success is being driven by the strong performance of our Lucyd Armor smart safety glasses and rapidly growing consumer awareness of smart eyewear.

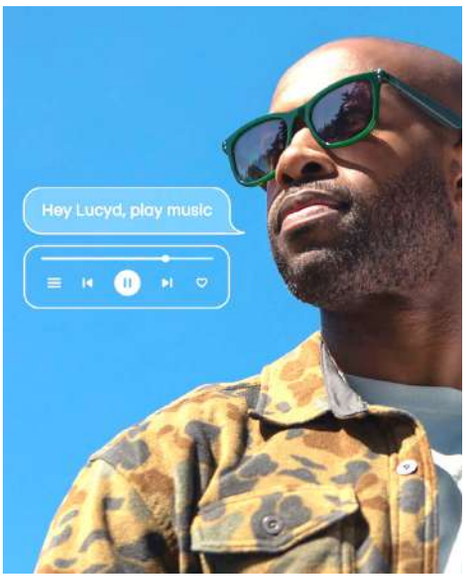
Bugün Innovative Eyewear'ı hızla büyüyen akıllı gözlük pazarında farklılaştıran temel özellikler neler?

Öncelikle, akıllı gözlük alanındaki ilk House of Brands yapısını biz kurduk. Reebok, Nautica ve Eddie Bauer ile uzun vadeli global lisans anlaşmalarımız var; bunun yanında kendi Lucyd markamızı da geliştiriyoruz. Bu yapı bize çok daha geniş ve çeşitli bir ürün seçkisi sunma imkanı veriyor. Aynı zamanda moda odaklı güneş gözlüğü, optik gözlük, koruyucu gözlük ve performans gözlüğü olmak üzere dört ana gözlük kategorisinin tamamında akıllı çözümler sunan tek şirketiz. Teknoloji tarafında da önemli ilklere imza attık. Gözlüklerimizi, Bluetooth bağlantısına sahip herhangi bir sistemin üzerinde çalışabilen bir tür sesli arayüz katmanı gibi düşünebilirsiniz. ChatGPT'nin çıkışından yaklaşık altı ay sonra akıllı gözlükler üzerinden erişilebilen ilk sesli arayüzü geliştirdik. Bugün gözlüklerimiz ChatGPT'nin yanı sıra Google Gemini ve Claude gibi farklı AI platformlarına erişebiliyor. Kullanıcıların hangi dijital araçları, platformları veya cihazları kullandığından bağımsız olarak, onları zaten bulundukları yerde karşılıyor ve gözlüklerimizle bu sistemlere erişimlerini kolaylaştırıyoruz. Teknolojimiz son derece kolay kullanımlı olduğundan neredeyse her yaş aralığından kullanıcıya yardımcı olabiliyor. Bence bizi gerçekten farklılaştıran bir diğer unsur ise tüm bu teknolojiyi normal bir gözlüğün hafifliğine, formuna ve fiyat aralığına taşıyabilmemizdir.









What sets Innovative Eyewear apart in today's fast-growing smart eyewear market?

First, we created the first House of Brands in smart eyewear. We have long-term global licensing agreements with Reebok, Nautica and Eddie Bauer, while also developing our own Lucyd brand. This gives us a much broader and more diverse product range. We are also the only company offering smart solutions across all four major eyewear categories: ready to wear sunglasses, optical eyewear, safety glasses and sport glasses. On the technology side, we have achieved some important firsts as well. You can think of our glasses as an audio interface layer that can sit on top of any system with Bluetooth capability. About six months after ChatGPT launched, we developed the first voice interface for accessing it through smart glasses. Today, our glasses can access different AI platforms, including ChatGPT, Google Gemini and Claude. Whatever digital tools, platforms or devices people use, we meet them where they are and make those systems easier to access through our glasses. Our technology is also very easy to use, making it accessible to users of almost any age. I think another thing that really makes us unique is bringing all of this technology into the weight, form and price range of regular eyewear.

Akıllı gözlük pazarında oldukça hızlı bir ivme yakaladınız. Şu anki finansal büyümenizi ve yakın dönem hedeflerinizi paylaşır mısınız?

Finansal açıdan çok güçlü bir dönemden geçiyoruz. İkinci çeyrek gelirlerimizde geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 75'lik bir büyüme kaydettik. Geçtiğimiz yıl 3 milyon doların altında olan yıllık gelirimizi, bu yıl yaklaşık 6 milyon dolar seviyesine çıkarma yolundayız. Akıllı gözlük segmentinde ne sadece teknoloji geliştirebilmek ne de sadece geleneksel gözlük ustası olmak yeterli değil. Çok yönlü uzmanlık istediğinden bunu karşılayacak 16 kişilik çekirdek bir ekip ile çalışıyoruz. Akıllı gözlüklerin geleceğine inanan, bizle aynı vizyonu paylaşan bu ekipten her biri aynı zamanda şirketin hissedarı durumdadır. Finansal modelimiz de bu yapıyı destekliyor. Çerçeve bazında brüt kar marjımız yüzde 65 civarında; kişiye özel cam satışlarımız ise neredeyse hiçbir ek genel gider gerektirmeden çok yüksek marjlar getiriyor. Şu anki hedefimiz ise 12 milyon ile 15 milyon dolar arasında bir gelire ulaşmaktan geçiyor. Mevcut büyüme oranlarımızı ve fiziksel mağaza açılımlarımızı göz önünde bulundurduğumuzda, önümüzdeki 2 yıl içinde bu karlılık hedefine ulaşmanın son derece gerçekçi ve ulaşılabilir olduğunu öngörüyoruz.

You are growing rapidly in the smart eyewear market. Could you share your current financial momentum and near-term goals?

We are in a very strong period financially. Our second-quarter revenue grew about 75% year over year. We did just under $3 million in revenue last year, and this year we are on pace for about $6 million. In smart eyewear, it is not enough to be just a technology developer or just a traditional eyewear expert. It takes a multidisciplinary team, and we have a core team of 16 people with that expertise. Everyone on the team believes in the future of smart eyewear, shares our vision and is also a shareholder in the company. Our gross margin on frame sales is about 65%; custom lens sales also generate very high margins with almost no additional overhead. Our current goal is to reach between $12 million and $15 million in revenue. Given our current growth rates and expansion into brick-and-mortar retail, we believe reaching profitability within the next two years is very achievable. We still have a little bit of growth to go, but at the current growth trajectory and with the smart eyewear market expanding so rapidly, profitability is definitely on the horizon. We are also very optimistic about continuing to reduce the burn while increasing sales.

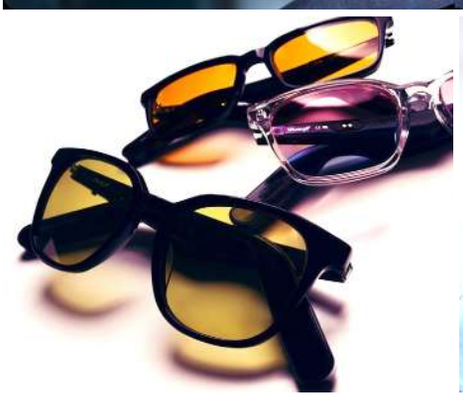
Yakın gelecekte piyasaya süreceğiniz yeni ürünler veya koleksiyonlar hakkında bize ipucu verebilir misiniz?

Önümüzdeki dönem için çok heyecanlıyız. Geçtiğimiz ay optik sektöründe çığır açacağına inandığım şu ana kadarki en hafif akıllı numaralı gözlük olacak Lucyd Aero'yu piyasaya sürdük. Bu model, geleneksel gözlüklerden ayırt edilmeyecek bir tasarıma sahip. Sıradan bir optik gözlük kadar hafif ve aynı fiyat aralıklarında sunmaktayız. Bunun hemen ardından, 2027'nin ilk yarısında çeviri ve telsiz özellikleri ile iş yaşamını inanılmaz kolaylaştıran ve toplam gelirimizin de yaklaşık üçte ikisini oluşturan koruyucu gözlük Lucyd Armor'a kameralı bir versiyon da ekleyeceğiz. Aslında kamera özelliği diğer marka ve modellerimizde bilinçli olarak tercih etmediğimiz bir özellik olsa da Armor serisi özellikle sağlık, lojistik ve güvenlik alanlarında çalışanlara işlevsel olarak üstün fayda sağlayacağından Armor Pro'yu kameralı tasarladık. Ayrıca sürdürülebilirlik vizyonumuz kapsamında biyo-reçine bazlı akıllı gözlükler üzerinde çalışıyoruz ve bu alanda gelecek yıl üretime geçmeyi hedefliyoruz.

Could you give us a glimpse of the new products or collections you'll be launching in the near future?

We're very excited about what's coming. Last month, we launched Lucyd Aero, which I believe will revolutionize the optical industry as the lightest prescription smart eyewear to date. The model features a design virtually indistinguishable from traditional eyeglasses. It is as lightweight as a regular pair of prescription glasses and is offered at a comparable price point. Then, in the first half of 2027, we'll add a camera version to Lucyd Armor, our smart safety glass with translation and walkie-talkie features that make work much easier and currently accounts for about two-thirds of our total revenue. While we have intentionally avoided cameras in our other brands and models, they can provide real functional value with Armor, particularly for people working in healthcare, logistics and industrial use, so we designed Armor Pro with a camera. We're also researching the use of bio-resins in smart eyewear, and we hope to move into production in this area next year.







İleri teknoloji gerektiren akıllı gözlüklerin üretim ve tedarik zincirini nasıl yönetiyorsunuz?

Küresel ölçekte akıllı gözlüklerin yaklaşık yüzde 97'si Çin'de üretiliyor. Biz de Çin'de yerinde destek sağlayan ekibimizle birlikte üç farklı fabrika ile çalışıyoruz. Üretim süreçlerini yakından takip etmek için Çin'i şahsen sık sık ziyaret ediyorum, hatta bu yüzden Mandarin Çincesi öğrenmeye başladım. Alternatif olarak Tayvan, Japonya ve Güney Kore gibi üretim seçeneklerini de sürekli inceliyoruz. Akıllı gözlüklerin üretiminde her bir çerçeve, çoğu Çin'den tedarik edilen birkaç yüz alt bileşen içeriyor. Şu an ABD'de akıllı gözlüklere uygulanan vergilerde ithalat tarifesi yüzde 15 iken, geleneksel gözlüklerde bu oran yüzde 40 civarında ve bu mevcut tarife yapısı; bizim gibi akıllı gözlük üreten firmalar için geleneksel gözlük üreticilerine kıyasla çok ciddi bir maliyet ve fiyat avantajı da sağlıyor.

How do you manage manufacturing and supply chain operations for such a technology-intensive product?

Manufacturing smart eyewear is definitely complex. About 97% of smart eyewear globally is made in China, and we currently work with three factories there, supported by our team on the ground. I've personally visited our factories and partners in China, and I'm even studying Mandarin to communicate more effectively with them. Each smart eyewear frame has a few hundred subcomponents, and most of those components are sourced in China, so it remains the practical center of the supply chain for this industry. We also have manufacturing options in Taiwan, Japan and South Korea, which gives us some flexibility when needed. For certain specialized applications, including military-related uses, we would consider manufacturing in Japan or South Korea. But for now, China remains extremely important to the smart eyewear supply chain because so much of the component ecosystem is already there.







E-ticaret ağırlıklı yapınızdan fiziksel perakendede hızla büyüyen çok kanallı bir modele geçiyorsunuz. Bu dönüşümü detaylandırır mısınız?

Evet, artık e-ticaret ağırlıklı modelimizin ötesine geçiyoruz. Akıllı gözlüklerde fiziksel perakendenin büyük önem taşıdığını düşünüyoruz; çünkü tüketicinin ürünü mağazada deneyimlemesi satın alma kararını doğrudan etkiliyor. Bu çeyrekte yaklaşık 500 yeni fiziksel satış noktasına giriyoruz. Bunlardan 375'i bu ay Kanada'nın en büyük gözlük zinciri olan FYidoctors mağazalarıdır. Ekim ayında ise ABD'deki büyük bir perakende zincirinin 180 mağazasında yer almaya başlayacağız. Costco, Home Depot ve Lowe's gibi zincir mağazalar da ürünlerimizi değerlendiriyor. Yine ABD'nin önde gelen sağlık gruplarından Kaiser Permanente, Lucyd Lyte'a ilgi gösteriyor. Perakende ortaklarımız satışların yaklaşık yüzde 30'unun web siteleri üzerinden gerçekleşmesini bekliyor. Bugün web sitemiz üzerinden doğrudan tüketiciye satış, perakendecilere toptan satış ve kurumsal B2B olmak üzere üç güçlü kanalda ilerliyoruz. Bu modeli korumayı planlıyoruz.

You're rapidly expanding from e-commerce into brick-and-mortar retail. Could you tell us more about this transition?

Yes, we're moving beyond our e-commerce-heavy model. We believe brick-and-mortar is very important for smart eyewear because giving consumers the chance to try the product in-store directly impacts their decision to buy. We're going into about 500 new retail doors this quarter. Of those, 375 are FYidoctors stores, the largest eyewear chain in Canada, launching this month. In October, we'll also be entering 180 stores of a major U.S. retail chain. Costco, Home Depot and Lowe's are evaluating our products, while Kaiser Permanente, one of the leading healthcare groups in the U.S., has shown interest in Lucyd Lyte. Our retail partners expect about 30% of sales to come through their websites, so in a way, it's all one omnichannel ecosystem now. Today, we really have three businesses in one: direct-to-consumer through our website, wholesale to optical and electronics retailers, and B2B enterprise sales. Each has its own set of prospects and potential, and we have a lot of interesting things cooking right now.

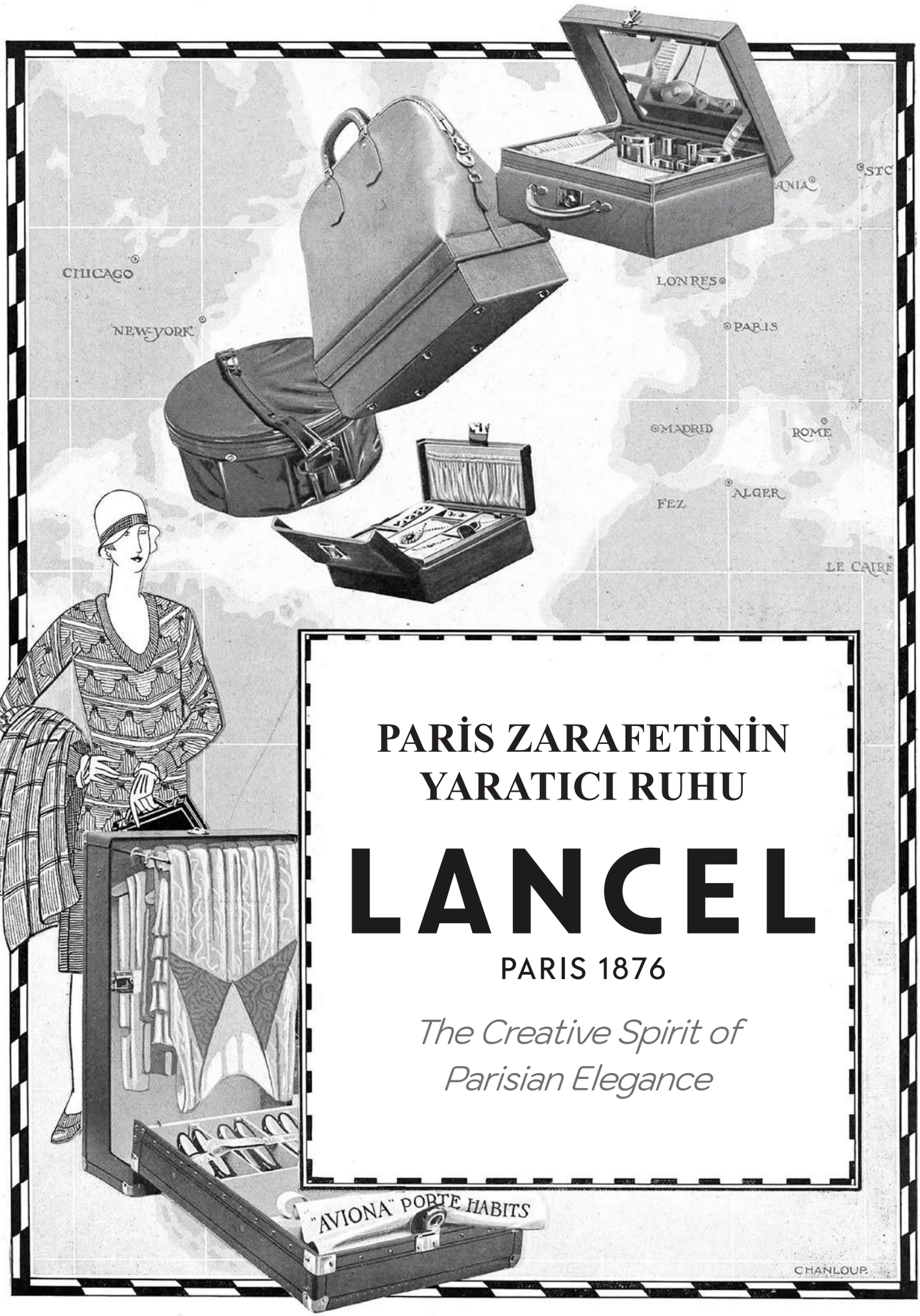
Akıllı gözlük pazarının geleceğini nasıl görüyorsunuz, sizce akıllı telefonlar gibi ana akım bir teknoloji haline gelecek mi?

Şu an ABD'deki 68 milyar dolarlık devasa optik ve görme bakımı pazarında akıllı gözlüklerin penetrasyonu henüz yüzde 3 civarında; yani yolun çok başındayız. Ancak muazzam bir hızla büyüyoruz; ABD'li yetişkinlerin bu ürünleri deneme veya kullanma oranı 2024'te yüzde 4 iken, 2025'te yüzde 17'ye fırladı. Bu yıl bu oranın yüzde 30 ila yüzde 40 bandına yaklaşmış olabileceğini tahmin ediyorum. Asıl büyük pazar kırılmasını ve ana akım haline dönüşümünü 2030 ile 2032 yılları arasında bekliyoruz.

How do you see the future of the smart eyewear market? Do you think it will become as mainstream as smartphones?

We're still at the very beginning. Smart eyewear currently represents only about 3% of the massive $68 billion U.S. eyewear and vision care market. But adoption is growing incredibly fast. The percentage of U.S. adults who had tried or used smart eyewear jumped from 4% in 2024 to 17% in 2025, and I think we could be approaching 30% to 40% this year. By 2030 to 2032, I think we're going to see that market flip, with most people buying smart eyewear. That's when I believe smart eyewear will truly become mainstream.

Source: Investing.com



PARİS ZARAFETİNİN YARATICI RUHU

LANCEL

PARIS 1876

The Creative Spirit of Parisian Elegance





Küçük bir Paris atölyesinden doğan Lancel, işlevselliği özgün tasarımlarla buluşturan yaklaşımıyla 150 yıldır Fransız moda mirasına kendine özgü bir imza atıyor.

Paris'in sanatla, yeniliklerle ve değişen yaşam alışkanlıklarıyla renklenmeye başladığı 19. yüzyılın sonlarında, Angèle ve Alphonse Lancel çifti küçük bir girişimin gelecekte ne denli köklü bir mirasa dönüşeceğinden habersizdi. Fransız başkentinin hareketli sokaklarından Passage des Petites Écuries'de 1876 yılında açtıkları mütevazı atölyede pipo ve tütün aksesuarları üreten çift, yalnızca kendi işlerini kurmakla kalmamış, zamanla Paris zarafetinin simgelerinden biri olacak Lancel'in de temellerini atmıştı. Bu yıllarda Paris, sanatın, eğlencenin ve modern yaşamın giderek daha fazla iç içe geçtiği, kadınların toplumsal hayattaki görünürlüğünün artmaya başladığı canlı bir dönüşümün eşiğindeydi. Angèle Lancel, çevresindeki değişimi dikkatle gözlemleyen, kadınların alışkanlıklarını ve beklentilerini anlayan girişimci ruhuyla bu dönüşümün sunduğu fırsatları keşfetmekte gecikmedi. 1879'da Paris'in gözde caddelerinden Poissonnière Bulvarı üzerinde, Au Phénix adını verdiği yeni mağazasını açarak aile girişimine farklı bir yön kazandırdı. Angèle mağazanın gelişimine öncülük ederken Alphonse da ticari ilişkileri ve satış ağını genişleterek ortak girişimlerinin büyümesine katkıda bulundu.

Born in a small Parisian workshop, Lancel has spent 150 years leaving its distinctive mark on French fashion through designs that unite functionality with originality.

In the late 19th century, as Paris came alive with art, innovation, and changing ways of life, Angèle and Alphonse Lancel had no idea that their modest venture would one day become such an enduring legacy. In 1876, the couple opened a small workshop on Passage des Petites Écuries, one of the French capital's bustling streets, producing pipes and tobacco accessories. They were not simply establishing a business but laying the foundations for Lancel, a name that would eventually become synonymous with Parisian elegance. At the time, Paris was on the cusp of a vibrant transformation, with art, entertainment, and modern life increasingly intertwined as women began to take a more visible role in society. With her entrepreneurial spirit and keen understanding of women's changing habits and expectations, Angèle Lancel was quick to recognize the opportunities this transformation presented. In 1879, she opened a new store called Au Phénix on the fashionable Boulevard Poissonnière, giving the family business a new direction. While Angèle spearheaded the store's development, Alphonse expanded its commercial relationships and sales network, helping their shared venture flourish.

Zarafetin Doğuşu

Başlangıçta erkeklere yönelik ürünlerle tanınan Lancel, kadınların da tütün kullanımına ilgi göstermesiyle zarif sigara ağızlıkları, özel kutular ve kişisel eşyaları taşımaya yönelik aksesuarlar sunmaya başladı. Zamanla bu ürünlere eşlik eden küçük deri çantalar, Angèle'nin işlevsellikle estetiği birleştiren yaratıcı yaklaşımının en güzel örneklerine dönüştü. Gizli bölmeleri ve kullanışlı ayrıntılarıyla dikkat çeken tasarımlar, kadınların gündelik yaşamında hem pratik hem de kişisel bir yer edinirken Lancel'in gelecekteki kimliğinin ilk ipuçlarını veriyordu. Böylece bir çiftin ortak emeğiyle başlayan bu Paris hikayesi, Angèle'nin yenilikçi bakışı sayesinde zamanın ruhunu yakalayan özgün bir tasarım serüvenine dönüşmeye başladı.

Angèle ve Alphonse Lancel, ürün çeşitliliği ve yenilikçi tasarımlarıyla yalnızca büyüyen bir markanın değil, oğulları Albert'ye bırakacakları değerli bir mirasın da temellerini atıyordu. Angèle'nin 1901 yılında hayatını kaybetmesinin ardından aile girişiminin gelişimine yön veren Albert Lancel, annesinin oyuncu yaratıcılığını, tasarıma bakışını ve değişen yaşam alışkanlıklarına duyduğu ilgiyi yaşatmakla kalmayacak, markayı çok daha geniş bir tasarım dünyasına taşıyacaktı. Anne ve babasından devraldığı girişimci anlayışı kendi yaratıcı merakıyla birleştiren Albert, gündelik yaşamı kolaylaştıran nesnelere zarafet ve özgünlük katmayı amaçladı. Kadınların sosyal hayatta giderek daha fazla yer edinmesi ve seyahat alışkanlıklarının değişmesiyle birlikte çantalar, valizler ve kişisel aksesuarlar yalnızca ihtiyaçları karşılayan eşyalar olmaktan çıkıp bireysel zevkin de birer ifadesine dönüşüyordu. Albert Lancel, bu değişimi tasarımın merkezine taşıyarak kullanışlılık ile yaratıcılık arasındaki sınırları yeniden yorumladı. Markanın kuruluşuna damgasını vuran tütün aksesuarları zamanla geri planda kalırken 1924 yılında pipo üretiminin sona ermesi, deri ürünleri ve seyahat aksesuarlarına yönelişte belirleyici bir adım oldu. Lancel'in kullanışlı olanla keyif verenin birlikteliği olarak özetlenebilecek l'utile et le futile anlayışı, Albert'nin geliştirdiği sıra dışı tasarımlarda somutlaştı. 1929'da sunulan otomatik çakmak günlük bir nesneyi teknik yenilikle buluştururken aynı yıl tanıtılan şemsiye çantası, dönemin kadınlarına yönelik yaratıcı çözümlerden biri oldu. Bir çantanın içine yerleştirilen katlanabilir şemsiye, ayna ve makyaj bölmesi, Albert'nin en sıradan ihtiyaçlarda bile yeni tasarım olanakları keşfettiğini gösteriyordu. Lancel'in Paris'teki varlığı da giderek güçlendi ve 1929'da Place de l'Opéra'da açılan mağaza, markanın şehirle kurduğu ilişkinin sembollerinden birine dönüştü. Yenilikçi yaklaşımını seyahat dünyasına da taşıyan Lancel, 1956'da hafifliği ve kullanışlılığıyla öne çıkan Kangourou valizini sundu. Böylece küçük bir aile atölyesinden doğan marka, Paris yaşamının değişen ritmine eşlik eden çantaları, seyahat ürünleri ve yaratıcı aksesuarlarıyla Fransız tasarım geleneğinde kendine özgü bir yer edinmeye başladı.







The Birth of Elegance

Initially known for its products aimed at men, Lancel began offering elegant cigarette holders, decorative cases, and accessories for carrying personal belongings as tobacco use became increasingly popular among women. Over time, the small leather handbags that accompanied these items became some of the finest expressions of Angèle's creative approach, combining practicality with aesthetics. Featuring hidden compartments and thoughtful details, these designs found a place in women's daily lives as both functional and personal accessories, offering an early glimpse of Lancel's future identity. What began as a shared endeavor between two people in Paris gradually evolved, through Angèle's innovative vision, into a distinctive design journey that captured the spirit of its time.

Through their expanding product range and innovative designs, Angèle and Alphonse Lancel were laying the foundations not only for a growing brand but also for a valuable legacy they would pass on to their son, Albert. Following Angèle's death in 1901, Albert Lancel helped guide the family business forward, preserving his mother's playful creativity, design sensibility, and interest in changing lifestyles while taking the brand into a much broader world of design. Combining the entrepreneurial spirit he inherited from his parents with his own creative curiosity, Albert sought to bring elegance and originality to objects that made everyday life easier. As women became increasingly active in society and travel habits evolved, handbags, luggage, and personal accessories were becoming more than practical necessities, serving as expressions of individual taste. Albert Lancel embraced this shift, reimagining the relationship between functionality and creativity. As the tobacco accessories that had defined the brand's beginnings gradually faded into the background, the end of pipe production in 1924 marked a decisive step toward leather goods and travel accessories. Lancel's philosophy of l'utile et le futile, the union of the useful and the pleasurable, took shape in Albert's inventive creations. Introduced in 1929, the automatic lighter brought technical innovation to an everyday object, while the umbrella handbag unveiled that same year offered an ingenious solution for women of the era. Incorporating a folding umbrella, mirror, and makeup compartment, the bag demonstrated Albert's ability to discover new design possibilities in even the simplest daily needs. Lancel's presence in Paris also continued to grow, with the opening of its Place de l'Opéra store in 1929 becoming a symbol of the brand's connection to the city. Extending its innovative approach to travel, Lancel introduced the Kangourou suitcase in 1956, distinguished by its lightweight, practical design. From its beginnings as a small family workshop, Lancel was establishing a distinctive place in French design through handbags, travel goods, and inventive accessories that reflected the changing rhythms of Parisian life.





Sanatla Şekillenen İkonik Tasarımları

Lancel'in işlevsellikle yaratıcılığı buluşturan tasarım anlayışı, yıllar içinde sanat dünyasından beslenen ve kadınların değişen stilini yansıtan özgün bir kimliğe dönüştü. Bunun en dikkat çekici örneklerinden biri, sürrealist sanatçı Salvador Dalí ile kurulan yaratıcı bağ oldu. Dalí'nin eşi ve ilham perisi Gala'ya duyduğu aşkı ifade etmek için geliştirdiği, sekiz sembolden oluşan gizli alfabesi Daligramme, Lancel'in tasarım dünyasında özel bir yer edindi. Sanatçının hayal gücünden doğan bu semboller, 1970'lerde hazırlanan Le Dalí çantasında hayat bulurken bisiklet zincirlerinden esinlenen sapı da modele sıra dışı bir karakter kazandırdı. Böylece bir moda aksesuarı, sanatın ve kişisel bir aşk hikayesinin izlerini taşıyan özgün bir tasarım nesnesine dönüştü. Lancel'in kadınlarla kurduğu güçlü bağ, sonraki yıllarda da markanın belirgin özelliklerinden biri olmayı sürdürdü. 1987'de tanıtılan Elsa çantası, yalın çizgileri ve zarif ayrıntılarıyla markanın klasikleşen modelleri arasına girerken 2006'da tanıtılan Premier Flirt, daha özgür ve oyuncu bir Paris şıklığını temsil etti. Büzgülü formu, deri bağcıkları ve karakteristik metal detaylarıyla dikkat çeken Premier Flirt, gündelik kullanışlılığı kendine özgü bir tasarımla birleştirdi. 2008'de Fransız oyuncu Isabelle Adjani ile gerçekleştirilen işbirliğinden doğan Adjani çantası ise sinema dünyasıyla kurulan bağı yeni bir boyuta taşıdı. Ardından Brigitte Bardot'nun özgür ruhundan ilham alan BB çantası, markanın kadın figürlerinden beslenen yaratıcı yaklaşımını sürdürdü. Sanatçılar, sinema yıldızları ve Parisli kadınların yaşam biçimleriyle şekillenen bu tasarımlar, Lancel'in döneminin modasına eşlik ederken her koleksiyonunda kendine özgü bir hikaye anlatmayı başardığını gösterdi.





Fransız Mirasına İtalyan Dokunuşu

Albert Lancel'in 1960 yılında hayatını kaybetmesi, kurucu aile için yeni bir dönemin başlangıcı oldu. Yönetimi devralan kızları ve damatları aile mirasını sürdürürken 1976'da Edgard ve Jean Zorbibe kardeşlerin markayı satın almasıyla Lancel farklı bir büyüme sürecine girdi. Uluslararası pazarlarda giderek güçlenen marka, 1997 yılında İsviçre merkezli lüks grubu Richemont bünyesine katıldı. Cartier, Montblanc ve Chloé gibi prestijli markaları da bünyesinde barındıran grubun yönetiminde geçen yılların ardından, 2018'de Lancel'in tarihinde yeni bir sayfa açıldı. Markanın İtalyan deri ürünleri grubu Piquadro tarafından satın alınmasıyla Parisli tasarım mirası, İtalya'nın köklü deri işçiliği geleneğiyle buluştu.



Piquadro'nun kurucusu Marco Palmieri için Lancel'in en büyük değeri, 1876'dan bu yana koruduğu yaratıcı mirasıydı. Bu nedenle yeni yönetimin önceliği markayı baştan yaratmak değil, geçmişindeki özgün karakteri çağdaş bir anlayışla yeniden görünür kılmaktı. Sanat direktörü Valeria Vigorelli'nin öncülüğünde Lancel'in binlerce tasarımdan oluşan arşivi yeniden ele alındı. Markanın karakteristik kırmızı tonu Rouge Lancel, çift L monogramı ve klasik çanta silüetleri, modern çizgiler, yeni dokular ve incelikli ayrıntılarla yorumlandı. Fransız zarafetini İtalyan zanaatkarlığıyla buluşturan bu yaklaşım, Lancel'in tarihsel kimliğini korurken yeni kuşaklara seslenen daha dinamik bir tasarım dili geliştirmesini sağladı. 2020'de hayata geçirilen Play with Lancel iletişim anlayışı da markanın kuruluşundan beri taşıdığı neşeli, özgür ve yaratıcı ruhu yeniden öne çıkardı. Angèle Lancel'in Paris sokaklarında değişen yaşam alışkanlıklarından ilham alarak başlattığı tasarım serüveni, markanın 150. yılında da aynı merak hissi ve yenilik arayışıyla devam ediyor.

Iconic Designs Shaped by Art

Lancel's approach to design, blending functionality with creativity, evolved over the years into a distinctive identity inspired by the art world and women's changing sense of style. One of its most remarkable expressions was the creative connection with surrealist artist Salvador Dalí. Daligramme, a secret alphabet of eight symbols devised by Dalí to express his love for his wife and muse, Gala, found a special place in Lancel's design universe. These symbols, born of the artist's imagination, came to life on the Le Dalí handbag created in the 1970s, while its handle inspired by bicycle chains gave the design an unconventional character. The result was a fashion accessory transformed into a distinctive design object bearing the traces of art and a deeply personal love story. Lancel's strong connection with women remained one of the brand's defining qualities in the decades that followed. Introduced in 1987, the Elsa handbag became one of its classics with its clean lines and refined details, while the Premier Flirt, launched in 2006, embodied a freer, more playful expression of Parisian chic. With its gathered silhouette, leather drawstrings, and signature metal accents, Premier Flirt combined everyday practicality with a distinctive design identity. The Adjani handbag, created in collaboration with French actress Isabelle Adjani in 2008, took the brand's connection with cinema to a new level. The BB handbag, inspired by Brigitte Bardot's free spirit, continued Lancel's tradition of drawing creative inspiration from iconic women. Shaped by artists, film stars, and the lifestyles of Parisian women, these designs demonstrated Lancel's ability to reflect the fashion of each era while telling a story of its own through every collection.

French Heritage Meets Italian Craftsmanship

Albert Lancel's death in 1960 marked the beginning of a new chapter for the founding family. His daughters and sons-in-law took over the business, preserving the family legacy until brothers Edgard and Jean Zorbibe acquired Lancel in 1976, ushering in a new phase of growth. As the brand expanded its international presence, it became part of the Swiss luxury group Richemont in 1997. After years under the ownership of a group whose prestigious portfolio also included Cartier, Montblanc, and Chloé, another chapter began in 2018. Lancel was acquired by Italian leather goods group Piquadro, bringing its Parisian design heritage together with Italy's rich tradition of leather craftsmanship.





For Piquadro founder Marco Palmieri, Lancel's greatest asset was the creative heritage it had preserved since 1876. Rather than reinventing the brand, the new management sought to bring its distinctive character into sharper focus through a contemporary perspective. Under the creative direction of Valeria Vigorelli, Lancel's archive of thousands of designs was revisited. The brand's signature Rouge Lancel red, double-L monogram, and classic handbag silhouettes were reinterpreted through modern lines, new textures, and refined details. Combining French elegance with Italian craftsmanship, this approach allowed Lancel to preserve its historical identity while developing a more dynamic design language that resonates with new generations. The Play with Lancel campaign, launched in 2020, also brought renewed attention to the joyful, free-spirited creativity that has defined the brand since its beginnings. The design journey Angèle Lancel began by drawing inspiration from changing lifestyles on the streets of Paris continues in the brand's 150th year, driven by the same curiosity and desire to innovate.



Lancel Eyewear

Lancel'in 1980'li yıllara uzanan gözlük geçmişi, 2021'de Fransız gözlük üreticisi Grosfilley ile başlayan işbirliğiyle yeni bir ivme kazandı. 1950'den bu yana sektörde faaliyet gösteren aile şirketi Grosfilley, Lancel'in tasarım mirasını gözlük üretimindeki uzmanlığıyla buluşturdu. İlk koleksiyonda yer alan 22 optik ve 12 güneş gözlüğü modeli, Ninon, Rose, Jeanne ve Alice gibi kadın isimleriyle markanın köklü geleneğine gönderme yaptı. Asetat ve metal çerçevelerdeki zarif zincirler, deri ayrıntılar ve renk seçimleri, Lancel'in ikonik çantalarından izler taşıdı. Klasik formları çağdaş çizgilerle buluşturan koleksiyon, Parisli kadınların özgür ve kendine güvenen stilinden ilham aldı. İki marka arasındaki ortaklık, Ocak 2025'te dünya çapındaki münhasır lisans anlaşmasının on yıl daha uzatılmasıyla güçlendi. Lancel'in 150. kuruluş yıl dönümünü kutladığı 2026'da Grosfilley, ikonik Premier Flirt çantasından esinlenen özel bir güneş gözlüğü kapsülü sundu. Üç renk seçeneğiyle sınırlı sayıda ve numaralı üretilen modelin saplarındaki dekoratif dikişler, markanın deri işçiliği mirasını yansıttı. Lancel Eyewear, Fransız zarafetini çağdaş çizgilerle yorumlayarak markanın köklü tasarım mirasını günümüz gözlük modasına taşımayı sürdürüyor.











Lancel Eyewear

Lancel's history in eyewear dates back to the 1980s, but gained new momentum in 2021 through its partnership with French eyewear manufacturer Grosfilley. A family-owned company active in the industry since 1950, Grosfilley brought its expertise in eyewear production to Lancel's design heritage. The debut collection featured 22 optical frames and 12 sunglass styles, with names such as Ninon, Rose, Jeanne, and Alice paying tribute to the brand's longstanding tradition of drawing inspiration from women. Elegant chains, leather accents, and carefully selected colors on acetate and metal frames echoed details from Lancel's iconic handbags. Reinterpreting classic shapes with contemporary lines, the collection drew inspiration from the free-spirited, confident style of Parisian women. The partnership was further strengthened in January 2025 with the renewal of the exclusive worldwide eyewear licensing agreement for another ten years. In 2026, as Lancel celebrated its 150th anniversary, Grosfilley introduced a special sunglasses capsule inspired by the iconic Premier Flirt handbag. Available in three colors and produced in a limited, individually numbered edition, the design featured decorative stitching along the temples, reflecting the brand's leather craftsmanship heritage. Lancel Eyewear continues to reinterpret French elegance through contemporary designs, bringing the brand's rich design legacy into today's eyewear fashion.

DÖNÜM NOKTALARI

1876: Angèle ve Alphonse Lancel çifti, Paris'te pipo ve tütün aksesuarları üreten küçük bir atölye açarak Lancel'in temellerini attı.

1879: Angèle Lancel, Boulevard Poissonnière üzerinde Au Phénix adlı mağazasını açarak aile girişiminin gelişiminde önemli bir adım attı.

1901: Angèle Lancel'in vefatının ardından oğlu Albert, aile işletmesinin yönetimini devralarak markanın gelişimini sürdürdü.

1924: Kuruluşundan 48 yıl sonra pipo üretimini bırakan Lancel, deri ürünleri ve seyahat aksesuarlarına yönelerek tasarım tarihinde belirleyici bir dönüşüm gerçekleştirdi.

1956: Hafifliği ve kullanışlı tasarımıyla dikkat çeken Kangourou valizi, Lancel'in seyahat yenilikçi kimliğini güçlendirdi.

1970'ler: Salvador Dalí'nin Gala'ya duyduğu aşktan doğan Daligramme sembolleri, Lancel'in Le Dalí çantasında sanat ile tasarımın özgün birlikteliğine dönüştü.

1987: Elsa çantasının tanıtılmasıyla Lancel'in zarif ve işlevsel tasarım anlayışı, markanın ikonik modellerinden birinde yeni bir ifade kazandı.

1997: Lancel, Cartier ve Montblanc gibi lüks markaları da bünyesinde bulunduran İsviçre merkezli Richemont grubuna katıldı.

2006: Büzgülü formuyla öne çıkan Premier Flirt, Lancel'in özgür Paris stilinin simgesi oldu.

2008: Fransız oyuncu Isabelle Adjani ile gerçekleştirilen işbirliği sonucunda tasarlanan Adjani çantası, markanın sinema dünyasıyla bağını güçlendirdi.

2018: İtalyan deri ürünleri grubu Piquadro tarafından satın alınan Lancel, Fransız tasarım mirasını çağdaş bir anlayışla yeniden yorumladığı döneme girdi.

2021: Fransız gözlük üreticisi Grosfilley ile başlayan işbirliği, Lancel Eyewear'ın tasarım ve üretim yolculuğunda yeni bir dönemin başlangıcı oldu.

2025: Grosfilley ile gözlük lisansının on yıl daha uzatılması, iki Fransız markası arasındaki ortaklığı pekiştirdi.

2026: Kuruluşunun 150. yılında Lancel, Paris'teki özel sergisi ve Premier Flirt çantasından ilham alan sınırlı üretim güneş gözlüğü koleksiyonuyla mirasını kutladı.







MILESTONES

1876: *Angèle and Alphonse Lancel opened a small workshop producing pipes and tobacco accessories in Paris, laying the foundations for the Lancel brand.*

1879: *Angèle Lancel opened a store named Au Phénix on Boulevard Poissonnière, marking an important step in the development of the family business.*

1901: *Following Angèle Lancel's death, her son Albert helped guide the family business and helped shape the brand's creative development.*

1924: *Forty-eight years after its founding, Lancel discontinued pipe production and shifted its focus toward leather goods and travel accessories, marking a defining transformation in its history.*

1956: *The lightweight and practical Kangourou suitcase reinforced Lancel's innovative identity in the world of travel accessories.*

1970s: *The Daligramme symbols, born of Salvador Dalí's love for Gala, brought art and design together in a distinctive expression on Lancel's Le Dalí handbag.*

1987: *The introduction of the Elsa handbag gave Lancel's approach to elegant, functional design a new expression in one of its iconic creations.*

1997: *Lancel joined the Swiss luxury group Richemont, whose portfolio also included prestigious brands such as Cartier and Montblanc.*

2006: *With its gathered silhouette and signature details, the Premier Flirt handbag became a symbol of Lancel's free-spirited, playful take on Parisian chic.*

2008: *Created in collaboration with French actress Isabelle Adjani, the Adjani handbag strengthened Lancel's connection with the world of cinema.*

2018: *Acquired by Italian leather goods group Piquadro, Lancel entered a new chapter of reinterpreting its French design heritage through a contemporary perspective.*

2021: *The partnership with French eyewear manufacturer Grosfilley marked a new chapter in the design and production of Lancel Eyewear.*

2025: *The renewal of Grosfilley's exclusive worldwide eyewear license for another ten years reinforced the partnership between the two French brands.*

2026: *Celebrating its 150th anniversary, Lancel honored its heritage with a special exhibition in Paris and a limited-edition sunglasses collection inspired by the Premier Flirt handbag.*



Mido 2027 için Milano'da Geri Sayım Başladı

The Countdown to Mido 2027 Begins in Milan

Uluslararası optik endüstrisinin en önemli buluşmalarından Mido, 6-8 Şubat 2027 tarihlerinde inovasyon, tasarım ve yeni iş fırsatlarıyla sektör profesyonellerini Fiera Milano Rho'da buluşturmaya hazırlanıyor.

Yaklaşık 1.200 katılımcısı ve 160'tan fazla ülkeden profesyoneli bir araya getirecek olan Mido 2027, yeni ticari bağlantılar ve pazar fırsatları sunuyor. Fuar, sergileme alanlarında planlanan yenilik ve sürprizlerle son koleksiyonların ve teknolojilerin keşfine farklı perspektifler kazandırmayı hedefliyor. Sektörün yaratıcılık, perakende başarısı ve sürdürülebilirlik alanlarındaki seçkin çalışmalarını ödüllendirerek mükemmeliyeti kutlayan Mido Ödülleri kapsamında, 12'nci Best Store Ödülü mağaza tasarımı ve inovasyonu, beşinci CSE Ödülü sürdürülebilir gözlük üretimini, CSE Corporate Ödülü ise firmaların sürdürülebilirlik performansını değerlendirecek. Sergio Cereda Eyewear Design Ödülü de bir kez daha yaratıcı gözlük tasarımlarını onurlandıracak. Başvurular Best Store Ödülü için 31 Aralık 2026, CSE ödülleri için 8 Ocak 2027, Sergio Cereda Eyewear Design içinse 30 Kasım 2026 tarihine kadar devam edecek. Türkiye'den sektör profesyonellerini de Milano'da ağırlamaya hazırlanan bu ayrıcalıklı buluşmaya katılmak için başvurularınızı Mido'nun resmi web sitesinden gerçekleştirebilirsiniz.

As one of the world's premier optical industry trade shows, Mido is preparing to welcome industry professionals to Fiera Milano Rho from February 6 to 8, 2027, for three days of innovation, design, and new business opportunities.

Bringing together approximately 1,200 exhibitors and professionals from more than 160 countries, Mido 2027 will provide a dynamic platform for forging business connections and exploring new markets. With innovations and surprises planned across its exhibition spaces, the show aims to offer fresh perspectives on the latest collections and technologies. Celebrating excellence in creativity, retail, and sustainability, the Mido Awards will recognize outstanding achievements through the Best Store Award, now in its 12th edition, honoring excellence in store design and innovation; the fifth CSE Award, recognizing sustainable eyewear production; and the CSE Corporate Award, highlighting companies with exemplary sustainability performance. The Sergio Cereda Eyewear Design Award will once again celebrate creativity in eyewear design, with its award ceremony hosted at Mido. Applications remain open until December 31, 2026, for the Best Store Award; January 8, 2027, for the CSE Awards; and November 30, 2026, for the Sergio Cereda Eyewear Design Award. As the show prepares to welcome optical industry professionals from Türkiye to Milan, those wishing to be part of this distinguished international event are invited to register through Mido's official website.

MIDO

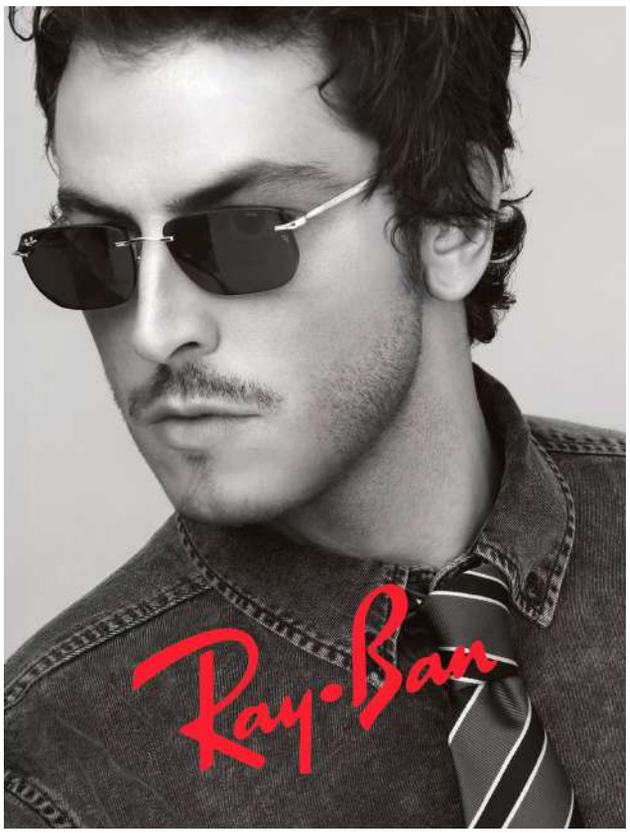
EYEWEARLAND MILANO

FEBRUARY 6 - 8 2027

Fiera Milano, Rho



MAXGALLI _ STELLA STOLKERT x MIXER GROUP - AI



Ray-Ban Türkiye'deki İlk Marka Elçisini Seçti

Ray-Ban, Türkiye'deki ilk marka elçisi olarak oyuncu Boran Kuzum ile işbirliği yaptı. Kendine özgü stiliyle tanınan Kuzum, ikonik markanın Türkiye'deki yüzü oldu. Ray-Ban'in bireyselliği ve kendini ifade etme özgürlüğünü öne çıkaran yaklaşımı, oyuncunun doğal ve özgüvenli duruşuyla buluşuyor. İşbirliğine yönelik görsellerde siyah-beyaz yalın kompozisyonlar ve güçlü kontrastlar dikkat çekerken, Boran Kuzum'a Original Wayfarer Classic ve keskin hatlı, çerçevesiz RB3768 eşlik ediyor. Kuzum işbirliğiyle ilgili açıklamasında "Günlük hayatımda zaten severek kullandığım bir markayla bu kez aynı hikayenin parçası olmak benim için ayrıca anlam taşıyor" dedi.

Ray-Ban Names Its First Ambassador in Türkiye

Ray-Ban has partnered with actor Boran Kuzum as its first brand ambassador in Türkiye. Known for his distinctive personal style, Kuzum has become the face of the iconic brand in the country. Ray-Ban's emphasis on individuality and freedom of self-expression aligns naturally with the actor's effortless confidence. The campaign visuals feature minimalist black-and-white compositions and striking contrasts, with Kuzum wearing the Original Wayfarer Classic and the lightweight, rimless RB3768, distinguished by its sharp lines. Commenting on the collaboration, Kuzum said, "Being part of the same story with a brand I already love wearing in my everyday life makes this partnership especially meaningful to me."

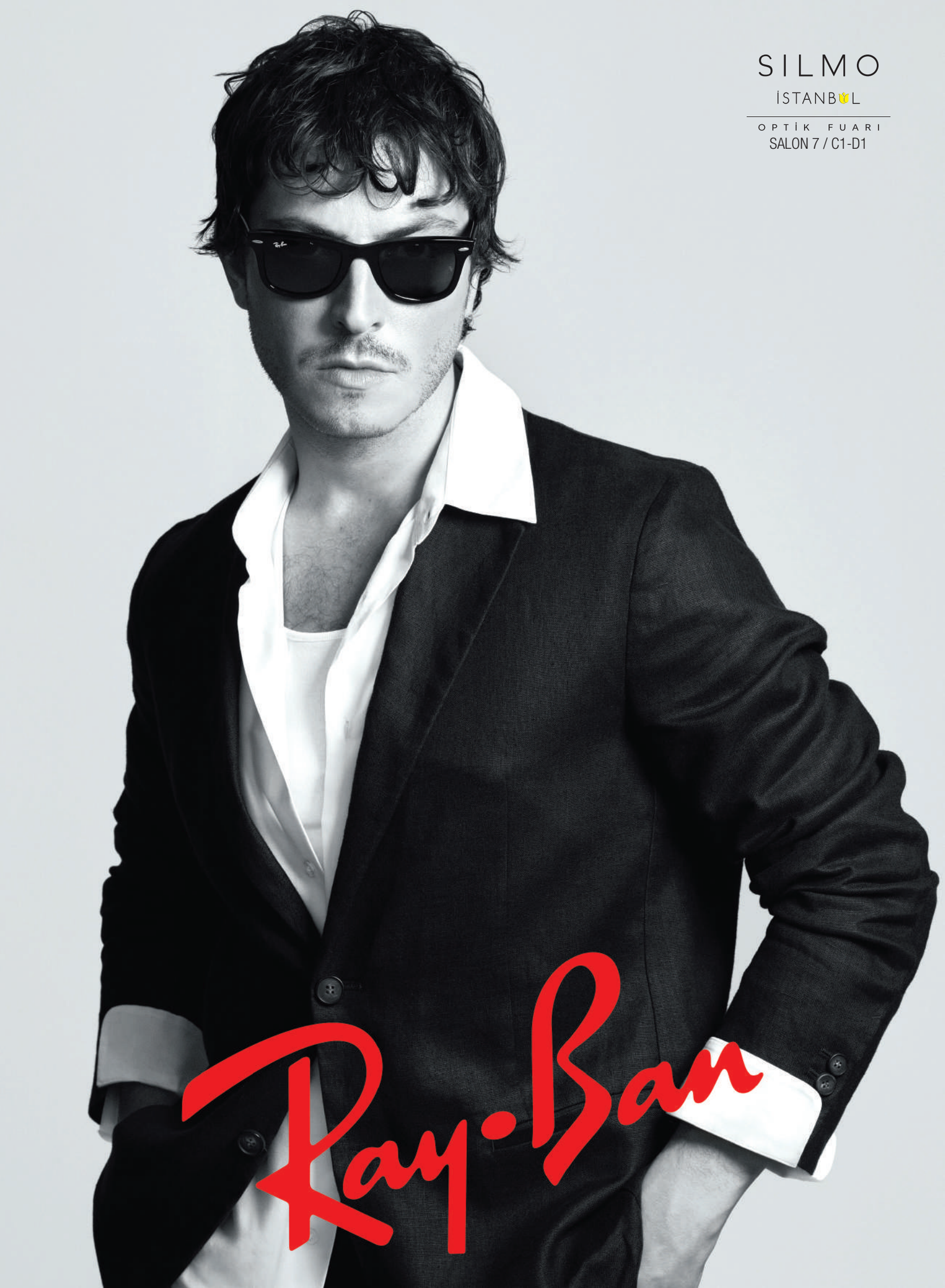
Optik Dünyası Güçlü Portföyüyle Öne Çıkıyor

Optik Dünyası, şeffaf torik kontakt lens kategorisindeki ürün çeşitliliği ve stok kapasitesi ile dikkat çekiyor. Alcon, Bausch + Lomb ve Acuvue Oasys ürünlerini bir araya getiren firma, farklı görme ihtiyaçlarına yönelik seçenekleri optik profesyonellerine sunuyor. Geniş ürün yelpazesini güçlü stok yapısıyla destekleyen Optik Dünyası, aranan ürünlere hızlı erişim sağlamayı ve tedarik süreçlerini kolaylaştırmayı hedefliyor. Firma, bu kategoride ürün çeşitliliğinin yanı sıra avantajlı fiyat ve hızlı hizmet anlayışına odaklanarak optik mağazalarının değişen ihtiyaçlarına yanıt vermeyi amaçlıyor. Firma bu sayede hizmet sürekliliğine katkı sunuyor.

Optik Dünyası Puts Portfolio Strength in Focus

Optik Dünyası stands out for its product variety and stock capacity in the clear toric contact lens category. Bringing together products from Alcon, Bausch + Lomb, and Acuvue Oasys, the company offers optical professionals a range of options to address different vision needs. Backed by strong inventory levels, Optik Dünyası aims to ensure quick access to sought-after products and streamline supply processes. Alongside product variety, the company focuses on competitive pricing and prompt service to meet the evolving needs of optical stores. Through this approach, Optik Dünyası also helps support continuity of service.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C1-D1
Ray-Ban



Longchamp İkonik Çantasından Esinleniyor

Longchamp, ikonik Le Pliage çanta serisinden ilham alan 2026 Sonbahar/Kış gözlük koleksiyonunda iki yeni güneş gözlüğü modelini öne çıkarıyor. Dikdörtgen formuyla dikkat çeken LO818S, ince asetat çerçevesini gradyan camlar ve sapların-daki at amblemli metal plakayla tamamlıyor. Model siyah, şeffaf kahverengi, şeffaf haki ve şeffaf mavi renklerde sunuluyor. Kedi gözü silüetli LO819S ise hafif asetat yapısı ve akıcı hatlarıyla öne çıkarken siyah, havana, haki havana ve nude havana seçenekleriyle geliyor. Her iki tasarım da Le Pliage'ın karakteristik detaylarını çağdaş Paris stiline taşıyor. Modeller seçili satış noktalarında sunuluyor.

Longchamp Reimagines Iconic Le Pliage

Longchamp highlights two new sunglasses styles in its 2026 Fall/Winter eyewear collection, inspired by the iconic Le Pliage handbag line. The LO818S features a rectangular silhouette, pairing a slim acetate frame with gradient lenses and a metal plaque bearing the horse emblem on its temples. The model comes in black, transparent brown, transparent khaki, and transparent blue. The LO819S stands out with its lightweight acetate construction and flowing cat-eye silhouette, available in black, havana, khaki havana, and nude havana. Both designs bring Le Pliage's signature details into a contemporary Parisian aesthetic. The styles are available at select retail locations.

Calvin Klein Colorthin Serisini Sunuyor

Calvin Klein Eyewear, minimalist tasarım anlayışını modern ve yalın renklerle buluşturan Colorthin koleksiyonunun yeni modellerini sundu. Dört optik ve iki güneş gözlüğü modelinden oluşan seri, hafif yapılar ve sade silüetlerden oluşuyor. Optik modellerde yüzde 45 bitki bazlı reçineden üretilen ön yüzler, ince paslanmaz çelik saplarla birleşerek hibrit bir yapı oluşturuyor. Saplara lazerle işlenen Calvin Klein logosu tasarımların yalın karakterini tamamlıyor. Colorthin'e ilk kez eklenen güneş gözlükleri ise yüzde 60 bitki bazlı reçineden üretiliyor ve entegre esnek menteşeleriyle dikkat çekiyor. Parlak ve mat logo detayları tasarımlara modern bir dokunuş katıyor.

Calvin Klein Introduces Colorthin

Calvin Klein Eyewear has introduced new styles to its Colorthin collection, combining minimalist design with modern, understated colors. Featuring four optical frames and two sunglass styles, the lineup stands out for its lightweight construction and clean silhouettes. The optical frames feature fronts made from 45% plant-based resin, paired with slim stainless-steel temples in a hybrid construction. Laser-engraved Calvin Klein logos on the temples complement the designs' minimalist aesthetic. The collection also introduces its first sunglasses, made from 60% plant-based resin and featuring integrated flexible hinges. Contrasting glossy and matte logo details add a modern touch.




NIKE
VISION
Victory Collection | Nike 7409
© 2025 Nike, Inc. Ad Style Nike 7409 (620) Burgundy Clear / Moon Particle. Image Rights Expire: January 1, 2028



Eco Eyewear Aktif Yaşama Eşlik Ediyor

Türkiye'de Turkuaz Optik aracılığıyla sunulan Eco Eyewear, Active ailesini Jack, Henry ve Lucas modelleriyle genişletiyor. Spor ve günlük stili buluşturan tasarımlar, enjeksiyon biyobazlı malzemeden üretilen hafif ve esnek çerçeveleriyle konforu öne çıkarıyor. İnce saplar ve uyumlu renk seçenekleri koleksiyona canlı bir görünüm kazandırırken Jack ve Henry modellerine eşlik eden aynalı güneş klipsleri, gözlüklerin spor ve açık hava aktivitelerinde de kullanılmasını kolaylaştırıyor. Ayarlanabilir TPE sap uçları kullanım konforunu destekliyor. Eco Eyewear, Active koleksiyonuyla sportif estetiği günlük yaşamın bir parçasına dönüştürüyor.

Eco Eyewear Embraces Active Living

Available in Türkiye through Turkuaz Optik, Eco Eyewear expands its Active line with the Jack, Henry, and Lucas models. Blending sporty aesthetics with everyday style, the designs prioritize comfort through lightweight, flexible frames made from injection-molded bio-based materials. Slim temples and coordinated color options give the collection a vibrant look, while mirrored sun clips for the Jack and Henry models make the frames easy to adapt for sports and outdoor activities. Adjustable TPE temple tips enhance wearing comfort. With its Active collection, Eco Eyewear brings sporty aesthetics into everyday life.

Off-White Yeni Nesille Bağını Güçlendiriyor

Türkiye'de Turkuaz Optik ile optik sektörüne ulaşan Off-White, Virgil Abloh'nun 2018'de başlattığı For All yaklaşımını L/AB adıyla yeniden yorumluyor. Gen Z ile bağını güçlendirmeyi hedefleyen proje, spor kültürü, kampüs yaşamı, müzik ve modayı yaratıcı bir ekosistemde buluşturuyor. Müzisyenler, modeller ve içerik üreticilerinin katıldığı L/AB projesi, 45 ile 220 dolar arasındaki fiyatları ve düzenli ürün lansmanlarıyla daha erişilebilir bir çizgi sunuyor. Renk, kişisel ifade ve topluluk kültürünü öne çıkaran girişim, Off-White'ın yeni nesil tüketiciyle ilişkisini geliştirmeyi amaçlıyor. Marka, L/AB ile kültürel kimliğini yeni bir kuşağa başarıyla taşıyor.

Off-White Strengthens Gen Z Connection

Available to Türkiye's optical market through Turkuaz Optik, Off-White reinterprets the For All concept introduced by Virgil Abloh in 2018 under the new name L/AB. Designed to strengthen the brand's connection with Gen Z, the project brings together sports culture, campus life, music, and fashion within a creative ecosystem. Featuring musicians, models, and content creators, L/AB offers a more accessible approach with prices ranging from $45 to $220 and regular product drops. Emphasizing color, personal expression, and community culture, the initiative aims to deepen Off-White's relationship with a new generation of consumers. Through L/AB, the brand successfully brings its cultural identity to a younger audience.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / C6
eco®



Transitions Gen S™ Değişen Işığa Uyum Sağlıyor

Gün içinde değişen ışık koşulları, farklı ortamlarda görüş konforunu da etkiliyor. EssilorLuxottica'nın Transitions® Gen S™ dinamik gözlük camları, dış mekanda koyulaşarak ve iç mekana geçildiğinde yeniden şeffaf hale gelerek bu değişime uyum sağlıyor. UV ışınlarına karşı koruma sunan camlar, parlamayı azaltmaya ve gün boyunca farklı ışık seviyelerinde görüş konforunu desteklemeye yardımcı oluyor. Renk deneyimini optik performansla bir araya getiren Transitions® Gen S™, kişisel tercihlere ve stile yönelik renk seçenekleriyle de öne çıkıyor. Transitions® Color Touch™ ise dinamik cam teknolojisini iki farklı renk efektiyle buluşturuyor. Degrade efektinde renk, camın üst bölümünden aşağıya doğru yumuşak bir geçiş oluştururken Washed efekti daha hafif ve doğal bir görünüm sağlıyor. Her iki efektte de renk yoğunluğu değişen ışık koşullarına göre dinamik olarak farklılaşıyor. Ruby, Sapphire, Emerald, Amber ve Amethyst olmak üzere beş renk seçeneğiyle sunulan Color Touch™, işlevselliği estetik tercihlerle birleştiriyor. Böylece Transitions® Gen S™ ve Color Touch™, gün içinde farklı ışık ortamları arasında geçiş yaparken gözlük değiştirme ihtiyacını azaltan dinamik cam yaklaşımını farklı stil seçenekleriyle tamamlıyor.

Transitions Gen S™ Adapts to Changing Light

Changing light conditions throughout the day can affect visual comfort in different environments. EssilorLuxottica's Transitions® Gen S™ dynamic lenses adapt to these changes by darkening outdoors and returning to clear indoors. Providing UV protection, the lenses help reduce glare and support visual comfort across varying light conditions throughout the day. Combining color with optical performance, Transitions® Gen S™ also stands out with a range of color options to suit personal preferences and individual style. Transitions® Color Touch™ takes dynamic lens technology further with two distinct color effects. The Degrade effect creates a soft color gradient from the top of the lens downward, while the Washed effect offers a lighter, more natural appearance. With both effects, color intensity changes dynamically in response to changing light conditions. Available in five colors, Ruby, Sapphire, Emerald, Amber, and Amethyst, Color Touch™ brings together functionality and aesthetic appeal. Together, Transitions® Gen S™ and Color Touch™ offer a dynamic lens solution that reduces the need to switch glasses when moving between different lighting environments, complemented by a variety of style options.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C1-D1
Duygu Özaslan
x
vogue
eyewear



Stellest 2.0 Camlar Miyopi Yönetimini Destekliyor

Çocukluk döneminde başlayabilen miyopi, büyüme sürecinde ilerleyebildiğinden yalnızca mevcut görmenin düzeltilmesi değil, ilerlemenin erken dönemde takip edilmesi ve yönetilmesi de önem taşıyor. Essilor® Stellest® 2.0 camlar, net görüş sağlamanın yanında miyopi ilerlemesini kontrol altına almaya yardımcı olmak üzere tasarlanan H.A.L.T. Max teknolojisini kullanıyor. Böylece standart tek odaklı camlarla sağlanan görme düzeltmesinin ötesinde, miyopi yönetimini günlük gözlük kullanımının bir parçası haline getiriyor. Açık hava kullanımına yönelik Stellest® 2.0 Tinted seçenekleri ise güneş ışığı ve parlamanın etkisini azaltmaya yardımcı olarak çocukların bu camları açık hava aktivitelerinde de kullanabilmesini sağlıyor. Altı farklı renk ve 75 mm'ye kadar çap alternatifleri, farklı çerçeve modellerine uyum olanağı sunuyor. Bu seçeneklerde bulunan Crizal® Sun kaplama, cam yüzeyinin çizilme ve lekelenmeye karşı korunmasına yardımcı olurken UV ışınlarına ve parlamaya karşı da koruma sağlıyor. Airwear® polikarbonat materyal ise dayanıklı yapısıyla çocukların aktif günlük yaşamına uyum gösteriyor. Yüksek miyopinin ilerleyen yaşlarda bazı göz hastalıklarıyla ilişkili riskleri artırabilmesi, çocuklarda miyopi yönetiminin uzun vadeli önemini de ortaya koyuyor.

Stellest 2.0 Lenses Support Myopia Management

Myopia can develop during childhood and progress as children grow, making it important not only to correct their vision but also to monitor and manage myopia progression from an early age. Essilor® Stellest® 2.0 lenses feature H.A.L.T. Max technology, designed to provide clear vision while helping control myopia progression. Going beyond the vision correction offered by standard single-vision lenses, this technology makes myopia management part of everyday eyewear use. Stellest® 2.0 Tinted options, designed for outdoor use, help reduce the effects of sunlight and glare, allowing children to continue wearing these lenses during outdoor activities. Available in six colors and diameters of up to 75 mm, these options accommodate a variety of frame styles. The Crizal® Sun coating featured on these lenses helps protect against scratches and smudges while also providing protection against UV rays and glare. The durable Airwear® polycarbonate material is well suited to children's active daily lives. As high myopia is associated with an increased risk of certain eye diseases later in life, managing myopia during childhood is also important for long-term eye health.



LEONARDO
science for a new vision

EssilorLuxottica








UZMANLARDAN ÖĞRENİN

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C1-D1

Leonardo, gözlük, görme sağlığı ve perakende yönetimi alanındaki profesyonellerin uzmanlığını bir araya getiriyor. Görme sağlığından yükselen trendlere, medikal teknolojideki en yeni inovasyonlara kadar, sektör uzmanları tarafından hazırlanan içeriklerle bilginizi geliştirin, uzmanlığınızı güçlendirin.

Daha fazlasını keşfetmek için QR kodu okutabilirsiniz.

SILMO'DA, ALANIMIZDAKİ FARKLI KONUŞMACILAR VE EĞİTİMLERLE SİZLERİ BEKLİYORUZ.
SALON C1/D1, STAND 7



French Retro Geçmişi Yorumluyor

Bdt Optik'in Türkiye'de dağıtımını üstlendiği French Retro, Paris'in Marais semtinden ilham alan güneş gözlüğü koleksiyonunda nostaljik çizgileri çağdaş tasarımla buluşturuyor. İki optisyen tarafından kurulan marka, kaliteli asetatı metal ve altın tonlu detaylarla tamamlıyor. Geniş asetat çerçevesiyle Adyle ve minimalist metal tasarımıyla Elio, koleksiyonun öne çıkan modelleri arasında yer alıyor. Polarize ve gradyan geçişli cam seçenekleri işlevselliği desteklerken zeytin yeşili, şeffaf asetat ve kaplumbağa kabuğu desenleri seçkiye çeşitlilik katıyor. French Retro, Paris sokaklarının özgün şıklığını farklı stillere uyarlanabilen çerçevelerle yansıtıyor.

French Retro Reinterprets the Past

French Retro, one of Bdt Optik's brands, blends nostalgic shapes with contemporary design in its sunglasses collection inspired by the Marais district of Paris. Founded by two opticians, the brand combines high-quality acetate with metal and gold-tone details. Adyle, with its bold acetate frame, and Elio, featuring a minimalist metal design, are among the collection's standout models. Polarized and gradient lenses add functionality, while olive green tones, transparent acetate, and tortoiseshell patterns bring variety to the selection. French Retro captures the distinctive charm of Parisian street style through frames that effortlessly complement different looks.

Lafont Asırlık Mirasını Paris'te Paylaştı

Türkiye'de Bdt Optik tarafından temsil edilen Lafont, Fransa'da düzenlenen Avrupa Miras Günleri kapsamında Paris'in Madeleine bölgesindeki tarihi butiğiyle etkinlik programında yer aldı. 1923'te Louis Lafont tarafından kurulan marka, ziyaretçilere gözlük tasarımının ve üretiminin inceliklerini tanıtan özel turlar planladı. Eskizlerden asetatın şekillendirilmesine ve cilalama aşamasına uzanan sekiz ila on dört haftalık üretim süreci, programın odağındaydı. Geleneksel Fransız işçiliği, hassas teknikler ve yüzlerce özgün renkten oluşan asetat paleti Lafont'un bir asrı aşan tasarım mirasını ve ustalığını yansıtan başlıca unsurlar olarak öne çıktı.

Lafont Celebrates Its Heritage in Paris

Lafont, represented in Türkiye by Bdt Optik, participated in European Heritage Days in France through its historic boutique in Paris's Madeleine district. Founded in 1923 by Louis Lafont, the brand planned special tours introducing visitors to the intricacies of eyewear design and production. The eight-to-fourteen-week production process, from initial sketches and acetate shaping to meticulous polishing, was at the heart of the program. Traditional French craftsmanship, precision techniques, and a distinctive acetate palette featuring hundreds of original colors highlighted Lafont's design heritage and expertise spanning more than a century.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / C1
FRENCH RETRO
PARIS
Excuse my French
BDT
optik
Göktörk Merkez Mahallesi Telekom Sok. Neopark Sitesi C2 No: 8 İç Kapı No: 6 Eyüpsultan İstanbul
www.bdtoptik.com.tr



Anna-Karin Karlsson Renklerle Sanat Yaratıyor

Anna-Karin Karlsson, optik gözlük tasarımlarında renkleri güçlü bir ifade aracına dönüştürüyor. Cesur tonları heykelsi formlar ve mücevher estetiğiyle buluşturan marka, gözlüğü kişisel stilin merkezine taşıyor. Yoğun renkler, parlak yüzeyler ve kontrast detaylar çerçevelere dramatik bir karakter kazandırırken, özgün tasarım anlayışı her modelde kendini gösteriyor. Sanat ve modanın kesişiminden beslenen Anna-Karin Karlsson, renkli optik koleksiyonuyla alışılmışın dışında, dikkat çekici stil ifadeleri sunuyor. Türkiye'de Pb Gözlük distribütörlüğüyle sunulan Anna-Karin Karlsson koleksiyonları, renklerin sanatsal gücünü gözlük tasarımına taşıyor.

Anna-Karin Karlsson Turns Color into Art

Anna-Karin Karlsson transforms color into a powerful form of self-expression through its optical eyewear designs. Combining bold hues with sculptural shapes and jewelry-inspired aesthetics, the brand places eyewear at the heart of personal style. Rich colors, glossy finishes, and contrasting details lend the frames a dramatic character, while the brand's distinctive design vision shines through in every model. Drawing inspiration from the intersection of art and fashion, Anna-Karin Karlsson's colorful optical collection offers unconventional, eye-catching expressions of style. Distributed in Türkiye by Pb Gözlük, the collections bring the artistic power of color to eyewear design.

Entourage of 7 Detaylarda Saklı Lüksü Sunuyor

Türkiye distribütörlüğünü Bdt Optik'in üstlendiği Entourage of 7, yeni koleksiyonunda imzası haline gelen yedi sembolünü incelikli metal detaylarla çerçevelere taşıyor. Tasarım başkanı Jakob Talbo'nun 'keşfedilmeyi bekleyen sırlar' olarak tanımladığı dokunuşlar, sap birleşimlerinde ve iç yüzeylerde kendini gösteriyor. Yedi katmanlı menteşelerin ardına yerleştirilen metal zar motifleri, sapların içindeki E7 kabartmalarıyla tamamlanıyor. Yarı saydam kristal asetat modellerde ise titanyum ve beta-metal iç tellere lazerle işlenen zar desenleri ve E7 motifleri ışıkla belirginleşiyor. Koleksiyon, Kaliforniya stilini İskandinav zarafeti ve titiz işçilikle buluşturuyor.

Entourage of 7 Finds Luxury in the Details

Entourage of 7, distributed in Türkiye by Bdt Optik, incorporates its signature number seven into the frames of its latest collection through intricate metal details. Described by designer Jakob Talbo as "secrets waiting to be discovered," these subtle touches appear at the temple joints and along the inner surfaces. Metal dice motifs positioned behind seven-barrel hinges are complemented by embossed E7 details inside the temples. In translucent crystal acetate models, laser-engraved dice patterns and E7 motifs on titanium and beta-metal core wires become visible as light passes through. The collection brings together timeless California style, Scandinavian elegance, and meticulous craftsmanship.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / C7
P&B
EYEWEAR AGENCY
ANNA-KARIN KARLSSON



Hally & Son Köklerine Dönüyor

Türkiye'de Turkuaz Optik tarafından sunulan Hally & Son, yeni koleksiyonunda İngiliz stil mirasına çağdaş bir yorum getiriyor. British Racing Green tonu, 1960'ların çiçek desenlerinden esinlenen yüzeyler, delikli sap uçları ve perçin detayları, markanın tasarım kimliğini öne çıkarıyor. Zamansız İngiliz zarafetini modern tasarım çizgileriyle buluşturan koleksiyon, geçmişin izlerini bugüne taşıyor. Markanın Club projesi ise farklı karakterlere, fiyat seviyelerine ve teknik özelliklere sahip tasarım seçeneklerini ortak bir kimlik altında bir araya getiriyor. Hally & Son, köklerine dönüşünü özgün, güncel bir stil anlayışıyla ifade ediyor.

Hally & Son Revisits Its Roots

Available in Türkiye through Turkuaz Optik, Hally & Son offers a contemporary interpretation of British style heritage in its new collection. British Racing Green, surfaces inspired by 1960s floral patterns, perforated temple tips, and rivet details highlight the brand's distinctive design identity. Blending timeless British elegance with modern design lines, the collection brings elements of the past into the present. The brand's Club project brings together design options with different characters, price points, and technical features under a unified identity. Hally & Son expresses its return to its roots through a distinctive, contemporary approach to style.

Palm Angels Play ile Gençleşiyor

Türkiye'de Turkuaz Optik aracılığıyla optik sektöründe yer alan Palm Angels, 2026 Sonbahar/Kış sezonunda Play ile daha genç ve özgür bir stil anlayışına yöneliyor. Lost Frames'in sinematik atmosferinin ardından Play koleksiyonu, Venice Beach ve Güney Kaliforniya sokak kültüründen beslenen gündelik, cesur ve genç bir ifade sunuyor. Bu özgürlük anlayışı gözlük stillerinde de etkisini koruyor. Renkli çerçeveler ve cesur formlar, genç kuşağın kişisel tercihlerini görünür kılan kişisel stilin dikkat çekici parçalarına dönüşüyor. Marka, tek bir görünüm dayatmak yerine farklı tarzlara özgürce alan açarak lüks ve sokak kültürü arasındaki bağı çağdaş bir yorumla yeniden kuruyor.

Palm Angels Finds Fresh Energy with Play

Available in Türkiye's optical market through Turkuaz Optik, Palm Angels embraces a younger, freer approach to style with Play for Fall/Winter 2026. Following the cinematic atmosphere of Lost Frames, the Play collection introduces a casual, bold, and youthful expression inspired by Venice Beach and Southern California street culture. This spirit of freedom also resonates in eyewear styles. Colorful frames and bold shapes become striking expressions of individuality, allowing a younger generation to showcase its personal preferences. Rather than imposing a single look, the brand encourages diverse styles and reinterprets the connection between luxury and street culture through a contemporary lens.



Seeing **beyond**

ZEISS

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / B6

ZEISS MyoCare Gözlük Camları

Çocuğunuza **daha sağlıklı bir görüş** kazandırın!



ZEISS MyoCare Gözlük Camları ile
Miyopi Hızında
%70 Yavaşlama
Sağlanabilir



Quantum Tasarım ve İşlevi Dengeliyor

Arıkan Group markalarından Quantum, güneş gözlüğü koleksiyonunda tasarım ve işlevselliği mühendislik yaklaşımıyla buluşturuyor. Hafif malzemeler, farklı kullanım ihtiyaçlarına yönelik cam özellikleri ve konforu destekleyen çerçeve yapıları koleksiyonun temel unsurlarını oluşturuyor. Marka, malzeme seçiminden çerçeve formuna uzanan tasarım sürecinde estetik görünümü günlük kullanım beklentileriyle birlikte değerlendiriyor. Quantum güneş gözlüğü koleksiyonu, form ve fonksiyon arasında kurduğu güçlü ve bütüncül dengeyle hem estetik görünümü hem de uzun süreli kullanım rahatlığını ön planda tutuyor.

Quantum Balances Design and Function

Quantum, one of Arıkan Group's brands, brings together design and functionality through an engineering-driven approach in its sunglasses collection. Lightweight materials, lens features tailored to different needs, and frame structures designed for comfort form the collection's foundation. From material selection to frame design, the brand considers aesthetic appeal alongside the demands of everyday wear. This approach reflects Quantum's focus on eyewear that combines everyday comfort with style. The Quantum sunglasses collection strikes a strong, cohesive balance between form and function, prioritizing both visual appeal and lasting comfort.

Arma Lens Natura ile Doğallığı Yakalıyor

Arma Lens, Natura kontakt lens koleksiyonunun açık yeşil tonlu Natura Grassa modeliyle doğal iris görünümünü öne çıkarıyor. Hafif gri ve mavimsi yansımalar taşıyan renk, farklı ışıklarda değişen nüanslarıyla derinlik kazandırıyor. Haresiz tasarım, göz çevresinde belirgin bir çerçeve oluşturmadan iris dokusuna uyumlu doğal bir görünüm sağlıyor. Gözün renkli bölümünü tamamen örten model, alttaki doğal göz rengini gizliyor. Bir yıllık kullanım sunan Natura Grassa kontakt lensleri -0.50 ile -6.00 arasında numaralı seçeneklerle sunuluyor. 14,5 mm çap ve 8,6 mm temel eğri ölçülerindeki ürün, Türkiye'de bayilik sistemiyle seçkin optik mağazaları aracılığıyla satışa sunuluyor.

Arma Lens Unveils Natural Depth

Arma Lens highlights the natural appearance of the iris with Natura Grassa, a light green model from its Natura contact lens collection. Subtle gray and bluish undertones create depth through nuances that shift under different lighting conditions. The limbal ring-free design delivers a natural look that blends with the iris pattern without creating a defined outline around the eye. Fully covering the colored portion of the eye, the model conceals the natural eye color underneath. Designed for one-year use, Natura Grassa contact lenses are available in prescription powers ranging from -0.50 to -6.00. With a diameter of 14.5 mm and a base curve of 8.6 mm, the product is sold through select optical stores across Türkiye via its dealership network.



SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 5 / D23

QUANTUM
EYEWEAR



arıkan



Slazenger Çok Yönlü Tasarımlarıyla Öne Çıkıyor

Arıkan Group markalarından Slazenger, güneş gözlüğü koleksiyonunda çok yönlü tasarımları zamansız formlar ve modern detaylarla buluşturuyor. Günlük kombinlerden hafta sonu planlarına uzanan farklı kullanım alanlarına uyum sağlayan modeller, sade, açık ve güçlü çizgileriyle öne çıkıyor. Farklı yüz tipleri ve stil tercihlerine hitap eden koleksiyon, güneş gözlüğünü belirli bir ortamla sınırlamadan günlük stilin doğal tamamlayıcı parçası olarak konumlandırıyor. Slazenger, farklı stillerle kolayca kombinlenebilen çerçeveleriyle değişen kullanım ihtiyaçlarına yanıt verirken, kullanım çeşitliliğini estetik bütünlük içinde sunmayı amaçlıyor.

Slazenger Stands Out with Versatile Designs

Slazenger, one of Arıkan Group's brands, combines versatile designs with timeless shapes and modern details in its sunglasses collection. Designed to complement everything from everyday outfits to weekend looks, the models stand out with their clean, confident lines. Catering to different face shapes and style preferences, the collection positions sunglasses as a natural part of everyday style rather than an accessory reserved for specific occasions. With frames that pair effortlessly with a variety of looks, Slazenger responds to changing lifestyle needs and individual preferences while maintaining a cohesive and distinctive aesthetic across its collection.

Excelite Camları Teknolojiyle Şekilleniyor

Optisar Optik, yaklaşık 30 yıllık üretim ve toptan satış deneyimini İstanbul'da kurduğu RX gözlük camı üretim tesisiyle ileri taşıyor. Şirketin markası Excelite, farklı görme ihtiyaçlarına yönelik cam çözümleriyle öne çıkıyor. Robotik sistemler ve bilgisayar kontrollü kalite uygulamalarıyla desteklenen tesiste, üretim hassasiyeti ve standartların sürekliliği hedefleniyor. Freeform teknolojisi ve Wavefront tabanlı optik tasarım yaklaşımı, kişiye özel seçeneklerin geliştirilmesini destekliyor. Excelite ürün ailesi, RX ve stok camlardan yüksek indeksli seçeneklere ve progresif tasarımlara uzanarak markanın "İleri teknoloji, hassas üretim, net görüş" anlayışını yansıtıyor.

Technology Shapes Excelite Lenses

Optisar Optik is building on nearly 30 years of experience in manufacturing and wholesale distribution with its RX lens production facility in Istanbul. The company's Excelite brand offers lens solutions designed to address a wide range of vision needs. Supported by robotic systems and computer-controlled quality processes, the facility aims to maintain production precision and consistent standards. Freeform technology and a Wavefront-based optical design approach support the development of personalized lens options. The Excelite product range spans RX and stock lenses, high-index options, and progressive designs, reflecting the brand's philosophy of "Advanced Technology, Precision Manufacturing, Clear Vision."




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 5 / D23
Slazenger
EYEWEAR
arıkan



Vasuma İskandinav Sadeliğini Yansıtıyor

Türkiye'de Pb Gözlük distribütörlüğüyle sunulan Vasuma, İskandinav tasarımının yalın çizgilerini retro esintili optik çerçevelerle buluşturuyor. Toprak tonları, pastel geçişler ve transparan yüzeyler, koleksiyona sıcak ve dengeli bir karakter kazandırıyor. Gösterişten uzak tasarımlarda renk, çerçevenin önüne geçmek yerine özgün formunu tamamlayan bir ayrıntıya dönüşüyor. Günlük kullanıma uyum sağlayan modeller, sade stilinden ödün vermeden farklılaşmak isteyenlere zamansız seçenekler sunuyor. Vasuma, ölçülü detaylarla kurduğu tasarım dili sayesinde de çağdaş ve sofistike bir görünümü retro silüetlerin karakteriyle bir araya getiriyor.

Vasuma Reflects Scandinavian Simplicity

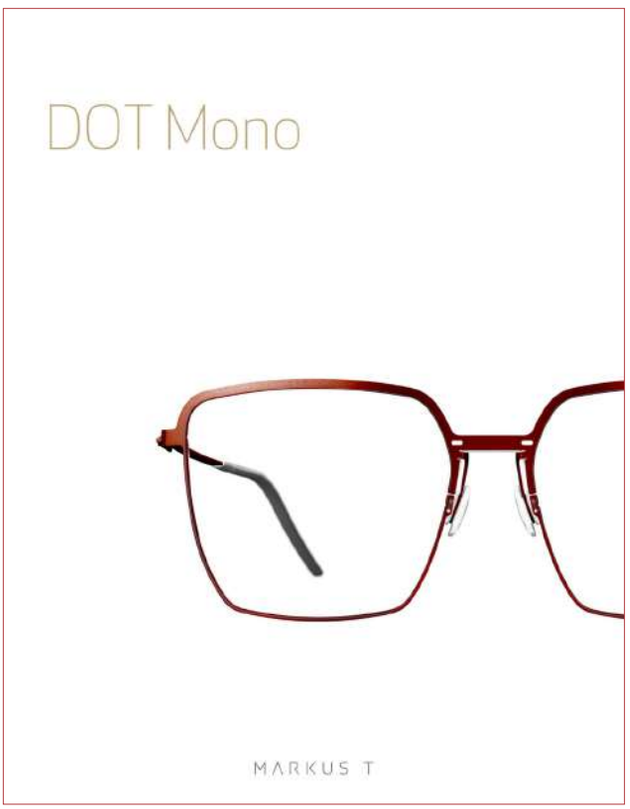
Distributed in Türkiye by Pb Gözlük, Vasuma combines the clean lines of Scandinavian design with retro-inspired optical frames. Earthy tones, soft pastels, and transparent finishes lend the collection a warm, balanced character. In these understated designs, color complements the distinctive shapes of the frames rather than overpowering them. Well suited to everyday wear, the styles offer timeless options for those seeking individuality without compromising their minimalist aesthetic. Through its carefully considered details, Vasuma brings together a contemporary, sophisticated look and the distinctive character of retro silhouettes.

Markus T Hafifliğe Yeni Bir Form Veriyor

Türkiye distribütörlüğünü Bdt Optik'in üstlendiği Markus T, Dot Mono koleksiyonunda minimalist tasarımı ileri mühendislikle buluşturuyor. Yatay konumlandırılan sap bağlantıları ve vidasız yapısıyla ayrışan modeller, lazerle kesilmiş ince titanyum plakalar ve burun köprüsündeki dayanıklı naylon bağlantıyla üretiliyor. Yalnızca 5,1 gram ağırlığındaki yuvarlak ve dikdörtgen çerçeveler, hafifliği konfor ve özgün bir tasarım kimliğiyle birleştiriyor. Koleksiyonun Noble Glow serisinde ise titanyum yüzeylere uygulanan 24 karat altın, pembe altın ve platin PVD kaplamalar, renkli TMi kompozit halkalarla ince ve özel bir ışıltıyla tamamlanıyor.

Markus T Gives Lightness a New Form

Markus T, distributed in Türkiye by Bdt Optik, combines minimalist design with advanced engineering in its Dot Mono collection. Featuring horizontally positioned temple connections and a screwless construction, the models are crafted from thin, laser-cut titanium plates joined by a durable nylon thread at the bridge. Weighing just 5.1 grams, the round and rectangular frames bring together exceptional lightness, comfort, and a distinctive design identity. In the collection's Noble Glow series, titanium surfaces feature 24-karat gold, rose gold, and platinum PVD coatings, complemented by colored TMi composite rings that add a subtle, refined shimmer.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C3
Bir Yaz Masalı
Daha net görün, hayatı daha dolu yaşayın;
her anınızı unutulmaz bir anıya dönüştürün.
optovision®
Optovision Türkiye Distribütörü: Cemfa Optik San. ve Tic. A.Ş.
optovision.com



Minima Glitter Junior ile Işıldıyor

Türkiye'de Bdt Optik tarafından dağıtımı yapılan Minima, çocuklara yönelik Glitter Junior serisinde simli renkleri ergonomik çerçeve tasarımlarıyla buluşturuyor. Dört farklı geometrik formdan oluşan koleksiyon, özellikle kız çocuklarına yönelik canlı, ışıltılı yeni seçenekler sunuyor. Gelişim çağındaki çocukların burun köprüsü yapısı gözetilerek tasarlanan çerçeveler, yüz üzerinde dengeli duruş ve gün boyu konforlu ve güvenli bir kullanım hedefliyor. Minima, Glitter Junior ile çocukların optik gözlük kullanımına daha eğlenceli ve renkli bir yorum getirirken, tasarımın estetik yönünü günlük kullanım ihtiyaçlarıyla bir arada ele alıyor.

Minima Sparkles with Glitter Junior

Minima, distributed in Türkiye by Bdt Optik, combines glittery colors with ergonomic frame designs in its Glitter Junior series for children. Featuring four different geometric shapes, the collection offers vibrant, sparkling options designed especially for girls. Developed with the nasal bridge structure of growing children in mind, the frames aim to provide a balanced fit and comfortable, secure wear throughout the day. The designs were developed in collaboration with specialists in eye health and children's anatomy. With Glitter Junior, Minima brings a playful, colorful approach to children's optical eyewear, combining aesthetic appeal with the practical needs of everyday use.

Modo Lumia ile Renklere Odaklandı

Türkiye'de Turkuaz Optik güvencesiyle sunulan Modo, yeni Lumia optik gözlük serisinde renkleri ileri malzeme teknolojisiyle buluşturuyor. Lumia koleksiyonundaki fütüristik karaktere sahip enjeksiyon plastik ve titanyumun birleşimi, çerçevelere hafiflik ve dayanıklılık kazandırırken her modeldeki altı renk seçeneği koleksiyonun dinamik ve özgün tasarım kimliğini belirliyor. Titanyum saplar, yeni vidasız menteşe sistemi ve kare metal sap uçları Lumia'nın teknik karakterini güçlendiriyor. Cam montajını kolaylaştıran V-groove sistemi de işlevselliği de destekliyor. Modo, uzun bir aradan sonra tanıttığı bu yeni seriyle çağdaş gözlük tasarımını, teknolojiyi ve renkleri bir araya getiriyor.

Modo Puts Color in Focus with Lumia

Available in Türkiye through Turkuaz Optik, Modo combines vibrant colors with advanced material technology in its new Lumia optical eyewear line. The combination of futuristic injection-molded plastic and titanium provides lightweight durability, while six color options for each model define the collection's dynamic and distinctive design identity. Titanium temples, a new screwless hinge system, and square metal temple tips reinforce Lumia's technical character. The V-groove system, which facilitates lens mounting, further enhances functionality. With this new line introduced after a long interval, Modo brings together contemporary eyewear design, technology, and color.




STARLENS AI
YAPAY ZEKÂ GÖZLÜK CAMLARI
SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / C3
STARLENS AI –
Patentli, eşsiz teknoloji.
Türkiye'de bir ilk!
Starlens Üretici: Cemfa Optik San. ve Tic. A.Ş.
starlens.com.tr



Vanity Effect Detaylarla Karakter Kazanıyor

Atölye Gözlük markası Vanity Effect, yeni koleksiyonunda da tasarımın karakterini belirleyen ayrıntılara odaklanıyor. Koyu Havana asetat çerçeveler, sıcak renk geçişleri ve koyu yeşil camlarla derinlik kazanırken altın tonlu bağlantı parçaları görünümü tamamlıyor. Sap ile ön çerçevenin birleşimindeki çizgili metal detaylar, işlevsel unsurları tasarımın belirgin bir parçasına dönüştürüyor. Şeffaf ve bal tonlarındaki çerçevelere amber camlar eşlik ederken ince metal saplar ve çerçevesiz modeller koleksiyona hafiflik katıyor. Marka, malzeme, ışık ve form arasındaki ilişkiyi öne çıkararak her modele kendine özgü bir karakter kazandırıyor.

Vanity Effect Makes Every Detail Count

Vanity Effect, an Atölye Gözlük brand, continues to focus on the details that define each design's character in its latest collection. Dark Havana acetate frames gain depth through warm color transitions and dark green lenses, while gold-tone connecting elements complete the look. Striped metal details at the junction of the temples and frame fronts transform functional components into distinctive design features. Transparent and honey-toned frames are paired with amber lenses, while slim metal temples and rimless designs lend a sense of lightness to the collection. By highlighting the interplay of materials, light, and form, Vanity Effect gives each model a character of its own.

Moscot Tint+ ile Işığa Uyum Sağlıyor

Moscot, değişen ışık koşullarına uyum sağlayan Tint+ cam teknolojisini ikonik çerçeveleriyle buluşturuyor. İç mekanda hafif renk tonunu koruyan camlar, dışarıda aynı rengin daha koyu tonuna geçerek gün boyunca sadece tek gözlükle pratik kullanım kolaylığı sağlıyor. Farklı çerçeve renkleriyle sunulan koleksiyonda Tint+ camlar, Blue+, Rose+, Amber+ ve Green+ tonlarıyla öne çıkıyor. Teknoloji, markanın Lemtosh, Dahven, Dolt ve Miltzen modellerinde yer alıyor. Moscot'un köklü tasarım mirasını güncel kullanım alışkanlıklarıyla birleştiren koleksiyon, Türkiye'de Atölye Gözlük mağazalarında kullanıcılarla buluşuyor.

Moscot Adapts to Light with Tint+

Moscot brings its Tint+ photochromic lens technology to its iconic frames, offering adaptability to changing light conditions. The lenses retain a subtle tint indoors and darken to a deeper shade of the same color outdoors, providing the convenience of wearing a single pair of glasses throughout the day. Available in a variety of frame colors, the collection features Tint+ lenses in Blue+, Rose+, Amber+, and Green+ shades. The technology is offered in the brand's Lemtosh, Dahven, Dolt, and Miltzen models. Combining Moscot's longstanding design heritage with modern wearing habits, the collection is available to customers in Türkiye at Atölye Gözlük stores.



Armati Gözlük

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / A3



ARMATİ GÖZLÜK VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.

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



Vava Minimalizme Renk Katıyor

Türkiye pazarına Pb Gözlük güvencesiyle ulaşan Vava Eyewear, minimalist gözlük tasarımına mimari ve endüstriyel bir bakış açısı getiriyor. Keskin geometriler ve yalın yüzeyler, kontrollü renk dokunuşlarıyla birleşerek güçlü ancak dengeli bir görsel etki oluşturuyor. Markanın optik çerçevelerinde renk, formun önüne geçmek yerine tasarımın yapısal karakterini vurguluyor. Teknolojik estetiği çağdaş bir stil anlayışıyla buluşturan koleksiyon, minimalizmin yalnızca nötr tonlarla sınırlı olmadığını gösteriyor. Vava, ölçülü ancak cesur yaklaşımıyla sade çizgilerden vazgeçmeden farklılaşmak isteyenlere özgün ve modern bir stil alternatifi yaratıyor.

Vava Adds Color to Minimalism

Brought to the Turkish market by Pb Gözlük, Vava Eyewear brings an architectural and industrial perspective to minimalist eyewear design. Sharp geometries and clean surfaces combine with carefully controlled touches of color to create a striking yet balanced visual effect. In the brand's optical frames, color emphasizes the structural character of each design rather than overshadowing its form. Blending technological aesthetics with a contemporary sense of style, the collection demonstrates that minimalism is not limited to neutral tones. With its restrained yet bold approach, Vava offers a distinctive, modern style alternative for those seeking individuality without sacrificing clean lines.

Marc Jacobs Logo Serisi Genişliyor

Marc Jacobs, 2026 Sonbahar/Kış koleksiyonunda Logo serisini yeni güneş ve optik gözlük modellerle genişletiyor. Asetat çerçevelerin saplarının üst bölümündeki metal Marc Jacobs yazısı, tasarımlara özgün birer dokunuş katıyor. Dikdörtgen formlu Marc 933/S güneş gözlüğü, siyah çerçevesi, altın tonlu metal detayları ve gri degrade camlarıyla dikkatleri çekiyor. Optik modellerden Marc 936 ise çift köprülü aviator formuyla öne çıkıyor. Siyah çerçeve ve altın tonlu metal detaylar, bu modele klasik ve güçlü bir görünüm kazandırıyor. Logo serisi, farklı formları ve karakteristik imza detaylarıyla markanın kendine özgü tasarım dilini kusursuzca yansıtıyor.

Marc Jacobs Expands Logo Line

Marc Jacobs expands its Logo line with new sunglasses and optical frames in its Fall/Winter 2026 collection. Metal Marc Jacobs lettering on the upper portion of the acetate temples adds a distinctive touch to each design. The rectangular Marc 933/S sunglasses stand out with their black frame, gold-tone metal details, and gray gradient lenses. Among the optical styles, the Marc 936 features a double-bridge aviator shape. Its black frame and gold-tone metal accents give the model a classic yet bold appearance. With its varied shapes and signature details, the Logo line perfectly reflects the brand's distinctive design language.








MERVE
OPTİK
yeni sezon
ZEGNA
TOM FORD EYEWEAR
Timberland
WEB EYEWEAR
SKECHERS eyewear
PUCCI
Ossé
MUSTANG EYEWEAR
MCM
MAX&Co.
MaxMara
MARCIANO by GUESS
ic! berlin
Style. Made in Germany.
HARLEY-DAVIDSON EYEWEAR
HAWK
GUESS
GCDS
GANT EYEWEAR
Christian Louboutin
BMW
adidas



Gents of London Zamansız Stili Yorumluyor

Efor Optik bünyesindeki Gents of London, optik ve güneş gözlüğü koleksiyonlarında zamansız çizgileri modern tasarım anlayışıyla buluşturuyor. Sadelik, denge ve işlevselliği öne çıkaran marka, günlük yaşamdan iş hayatına uzanan farklı kullanım alanlarına hitap ediyor. Hafif çerçeve yapıları ve ergonomik detaylarıyla konforu gözeten optik modeller, yalın ama karakterli görünümleriyle dikkat çekiyor. Efor Optik tarafından geliştirilen güneş gözlüğü koleksiyonları ise UV korumalı cam seçeneklerini çağdaş tasarım detaylarıyla tamamlıyor. Gents of London, çok yönlü ve özgün modelleriyle de erkek gözlük modasına zamansız bir yorum getiriyor.

Gents of London Redefines Timeless Style

Gents of London, part of Efor Optik, combines timeless lines with a modern design approach across its optical and sunglasses collections. Emphasizing simplicity, balance, and functionality, the brand caters to a variety of occasions, from everyday wear to professional settings. Its optical frames prioritize comfort through lightweight construction and ergonomic details, while standing out with their understated yet distinctive designs. Developed by Efor Optik, the sunglasses collections pair UV-protective lens options with contemporary design details. With its versatile and distinctive models, Gents of London brings a fresh interpretation of timeless style to men's eyewear.

Charlie Max Milano Stile Enerji Katıyor

Pb Gözlük distribütörlüğünde Türkiye'de sunulan Charlie Max Milano, renkli optik çerçeveleriyle İtalyan tasarımının yaratıcı yönünü öne çıkarıyor. Canlı tonlar, şeffaf yüzeyler ve beklenmedik renk birliktelikleri, koleksiyonun enerjik karakterini belirliyor. Şeffaf ve doygun renkleri farklı formlarla buluşturan marka, klasik çerçeve anlayışına çağdaş bir yorum getiriyor. Günlük stile hareket katan tasarımlar, gözlüğü yalnızca işlevsel bir ihtiyaç olmaktan çıkarıp kişisel ifadenin parçasına dönüştürüyor. Charlie Max Milano, renkleri tamamlayıcı bir ayrıntı yerine tasarımın merkezine yerleştirerek özgün bir stil dili sunmayı hedefliyor.

Charlie Max Milano Energizes Style

Distributed in Türkiye by Pb Gözlük, Charlie Max Milano highlights the creative spirit of Italian design through its colorful optical frames. Vibrant hues, transparent finishes, and unexpected color combinations define the collection's energetic character. Bringing together translucent and saturated tones in a variety of shapes, the brand offers a contemporary interpretation of classic eyewear. Designed to bring fresh energy to everyday looks, the frames transform eyewear from a functional necessity into a form of personal expression. Charlie Max Milano places color at the heart of its designs rather than treating it as a finishing touch, creating a distinctive style identity.





WINNER'S CLUB EXCLUSIVE EYEWEAR | GENTS of LONDON | parasite EYEWEAR | QZEN MEMORY EYEWEAR | speedy kids | PHILIPPE MÜLLER SWISS

EFOROPTİK Değişimi Bizimle Görün

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



Olleyes Titanyumun Hafifliğini Öne Çıkarıyor

Meksan Optik tarafından sunulan Kore üretimi Olleyes, 2026 Sonbahar/Kış sezonunda titanyumun hafifliğini ve dayanıklılığını öne çıkarıyor. İnce, dengeli çerçeve hatlarıyla şekillenen optik modeller, gereksiz hacimden uzak tasarımlarıyla sade bir görünüm sunuyor. Uzun süreli kullanımda konforu gözeten koleksiyon, burun ve kulak çevresindeki baskıyı azaltmaya odaklanıyor. Malzeme kalitesini ve ölçülü tasarım anlayışını bir araya getiren Olleyes, teknik özellikleri günlük stile uyum sağlayan çerçevelerle buluşturuyor. Sezonda titanyum, yalnızca yapısal bir tercih değil, koleksiyonun estetik yaklaşımını da belirleyen unsur oluyor.

Olleyes Highlights the Lightness of Titanium

Made in Korea and offered by Meksan Optik, Olleyes emphasizes the lightness and durability of titanium in its 2026 Fall/Winter collection. Featuring slim, balanced frame lines, the optical styles offer a clean, understated look without unnecessary bulk. Designed with long-lasting comfort in mind, the collection focuses on reducing pressure around the nose and ears. Combining quality materials with a refined, minimalist design approach, Olleyes brings together technical features and frames that complement everyday style. This season, titanium serves not only as a structural material but also as a defining element of the collection's aesthetic identity.

Erkek Stiline Tommy Hilfiger Dokunuşu

Tommy Hilfiger, 2026 Sonbahar/Kış gözlük koleksiyonunda Preppy serisiyle modern Amerikan stilini yeniden yorumluyor. Yalın ve net siluetler, özenli metal detayları ve sap uçlarındaki kırmızı, beyaz ve mavi şeritler, markanın köklü tasarım kimliğini yansıtıyor. Yüzde 27 geri dönüştürülmüş plastik ve yüzde 43 biyobazlı malzeme içeren yenilenmiş asetat çerçeveler, klasik çizgileri çağdaş ve rafine bir anlayışla buluşturuyor. Koleksiyonda yer alan özel optik modellerden Thmrhilfiger/01 ise Tommy Hilfiger'a saygı duruşuyla özel tasarlandı. Pantos formu ve vintage karakteriyle öne çıkan model, markanın zamansız stil anlayışına kişisel bir imza katıyor.

Tommy Hilfiger's Touch on Men's Style

Tommy Hilfiger reinterprets modern American style through its Preppy line in the FW26 eyewear collection. Clean, streamlined silhouettes, refined metal accents, and signature red, white, and blue stripes on the temple tips reflect the brand's rich design heritage. Crafted from renewed acetate containing 27% recycled plastics and 43% bio-based materials, the frames combine classic lines with contemporary sophistication. Among the collection's optical styles, the Thmrhilfiger/01 was designed as a tribute to Tommy Hilfiger himself. Featuring a pantos shape and vintage-inspired character, the model adds a personal signature to the brand's timeless design aesthetic.




SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 5 / E5
olleyes
meksan optik





Zeno Grup Optik İş Ortaklarıyla Buluştu

Zeno Grup Optik, Türkiye'nin dört bir yanından iş ortaklarını Antalya'daki Titanic Deluxe Belek'te ağırladı. Dört gün süren buluşmada sektörün geleceği, yeni koleksiyonlar ve büyüme hedefleri ele alındı. Türkiye genelinde 4.000'i aşkın satış noktasına ulaşan grup, Morlin Bron ve Reacher markalarına özel programlar düzenledi. 35'ten fazla ülkede tüketiciyle buluşan Morlin Bron'un uluslararası büyümesi ve Türkiye Futbol Federasyonu'nun resmi tedarikçisi Reacher'ın yeni dönem çalışmaları paylaşıldı. Zeno Grup Optik, iş ortaklıklarının önemini vurguladığı organizasyonda üretim gücünü ve geleceğe dönük hedeflerini iş ortaklarıyla paylaştı.

Zeno Grup Optik Meets with Business Partners

Zeno Grup Optik welcomed business partners from across Türkiye to Titanic Deluxe Belek in Antalya. The four-day gathering focused on the future of the optical industry, new collections, and growth objectives. With a network of more than 4,000 sales points throughout Türkiye, the group hosted dedicated programs for its Morlin Bron and Reacher brands. The event highlighted the international expansion of Morlin Bron, which reaches consumers in over 35 countries, alongside the latest initiatives of Reacher, an official supplier to the Turkish Football Federation. Emphasizing the importance of strong partnerships, Zeno Grup Optik shared its production capabilities and future goals with its business partners.

Reacher Şehir Stiline Enerji Katıyor

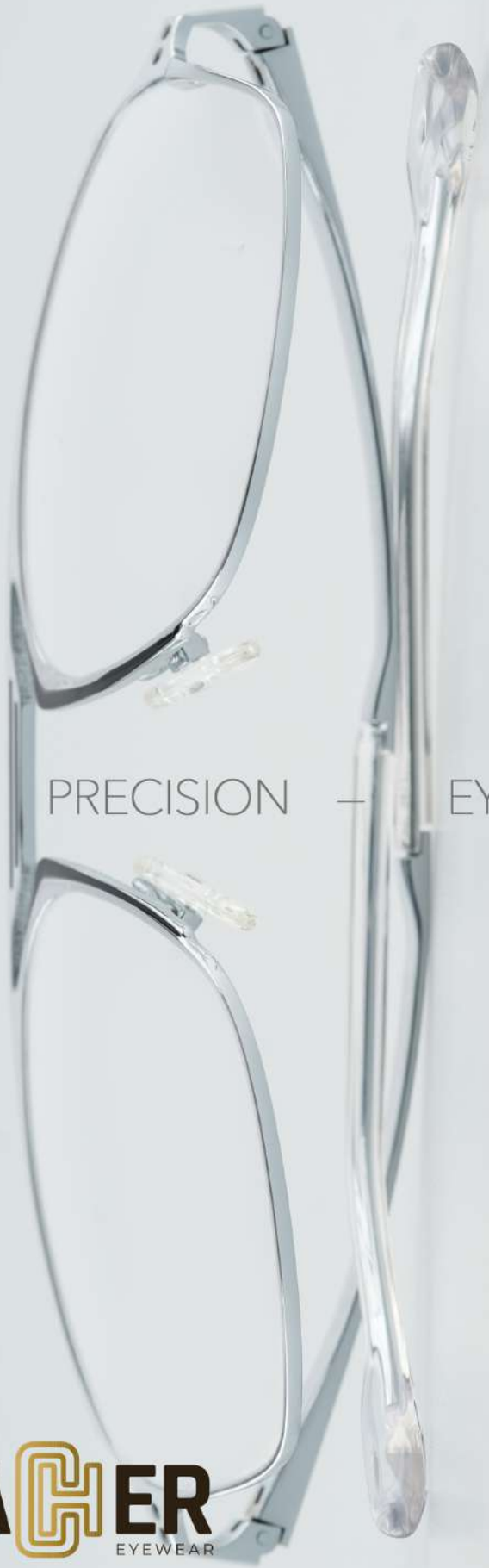
Zeno Grup Optik'in markası Reacher, renkli optik çerçeveleriyle şehir stiline enerjik bir yorum getiriyor. Klasik tonların ötesine geçen canlı renkler, transparan dokular ve dikkat çekici geçişler, koleksiyonun modern ve dinamik karakterini belirliyor. Günlük görünümlere hareket katan özgün formlar, gözlüğü yalnızca işlevsel bir ihtiyaç olmaktan çıkarıp kişisel stilin güçlü bir parçasına dönüştürüyor. Farklı renk alternatifleri ve karakterli detaylar, sade kombinlere bile özgün ve güçlü bir ifade kazandırıyor. Reacher, kent yaşamının hareketli temposundan ilham alan tasarımlarıyla gözlükte daha da cesur ve özgür seçimlere alan açıyor.

Reacher Energizes Urban Style

A brand of Zeno Grup Optik, Reacher brings fresh energy to urban style with its colorful optical frames. Vibrant hues, transparent textures, and striking color transitions move beyond classic tones, defining the collection's modern, dynamic character. Distinctive shapes add a lively touch to everyday looks, transforming eyewear from a functional necessity into a powerful expression of personal style. A variety of color options and distinctive details lend originality and character to even the simplest outfits. Inspired by the vibrant pace of city life, Reacher encourages bolder, freer choices in eyewear through its contemporary designs.



SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / C10



METAL
STRUCTURE
DETAIL

ENGINEERED FORM — PRECISION — EYEWEAR

REACHER
EYEWEAR



Daniel Klein Group Üç Tarzı Buluşturuyor

Daniel Klein Group, yeni sezonun koleksiyonlarında üç markasının farklı tasarım kimliklerini öne çıkarıyor. 'Herkes için moda' anlayışını sürdüren Daniel Klein, güncel trendleri erişilebilir ve dinamik tasarımlarla buluşturuyor. Santa Barbara Polo & Racquet Club, polo sporundan ilham aldığı özgür ruhu, modern çizgiler ve sportif şıklıkla birleştiriyor. Daniel Klein Group'un sofistike yüzü Valentino Orlandi ise geleneksel İtalyan estetiğini çağdaş detaylarla birleştirerek rafine bir stil sunuyor. Grup, erişilebilir modadan sportif tasarımlara ve sofistike çizgilere uzanan yeni ürünleriyle farklı stil tercihleri ve kullanım beklentilerine hitap eden koleksiyonlarını genişletiyor.

Daniel Klein Group Unites Three Distinct Styles

Daniel Klein Group highlights the distinct design identities of its three brands in its new season collections. Staying true to its "Fashion for Everyone" philosophy, Daniel Klein combines current trends with accessible, dynamic designs. Santa Barbara Polo & Racquet Club captures the free-spirited character of polo through modern lines and sporty elegance. Valentino Orlandi, the sophisticated side of Daniel Klein Group, blends traditional Italian aesthetics with contemporary details to create a refined style. With new offerings ranging from accessible fashion and sporty designs to sophisticated looks, the group continues to expand its collections to appeal to diverse style preferences and everyday needs.

Mooshu Renklerle Fark Yaratıyor

Gülce Optik'in markası Mooshu, İstanbul'da tasarlanıp üretilen yeni optik koleksiyonunda renklere başrol veriyor. Yeşil ve maviden sıcak toprak tonlarına uzanan palet, şeffaf asetatlar, metal detaylar ve farklı yüzey dokularıyla buluşuyor. Günlük kullanıma uygun sade modellerin yanında, canlı renkleri ve özgün formlarıyla öne çıkan iddialı çerçeveler de yer alıyor. Genç ve dinamik tasarım dilini koruyan Mooshu, hafiflik ve konforu koleksiyonun merkezinde tutuyor. Marka, rengi yalnızca tamamlayıcı bir unsur olarak değil, tasarımın karakterini belirleyen temel öğelerden biri olarak yorumluyor. Mooshu yeni sezonda renk ve tasarımı kişisel tarzın güçlü bir ifadesine dönüştürüyor.

Mooshu Gives Color a Leading Role

Mooshu, a Turkish brand by Gülce Optik, puts color in the spotlight with its new optical collection, designed and produced in Istanbul. A palette ranging from greens and blues to warm earth tones comes together with transparent acetate, metal details, and varied surface textures. Alongside understated styles suited to everyday wear, the collection features expressive frames distinguished by vibrant colors and original shapes. Staying true to its youthful, dynamic design identity, Mooshu places lightness and comfort at the heart of the collection. Rather than treating color as a finishing touch, the brand embraces it as a defining element of each design. In doing so, Mooshu turns color and design into a bold expression of personal style for the new season.




VALENTINO ORLANDI
It's Art Time.
Wear the Masterpiece.
SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 7 / A6
VALENTINO ORLANDI
DANIELKLEIN GROUP



Koza Optik En Yenilerini Antalya'da Tanıttı

Koza Optik, 1–4 Kasım 2026 tarihlerinde Antalya Belek'te düzenlediği buluşmada 2026–2027 optik ve güneş gözlüğü koleksiyonlarını sektör profesyonellerine tanıttı. Xanadu Resort Hotel'de gerçekleşen etkinlik, Türkiye'nin farklı bölgelerinden katılımcıların yanı sıra 14 ülkeden konuk ve iş ortaklarını ağırladı. Yeni koleksiyonlarda farklı clip-on modelleri, ayrıca özel renkler ve modern tasarım detayları öne çıktı. Markanın premium serilerinden Tom Frank Light, 6,8 gramlık hafif ve esnek yapısıyla dikkat çekti. Koza Optik ayrıca parlamayı azaltarak daha doğal ve net görüş sunmayı hedefleyen yeni nesil polarize cam teknolojisini tanıttı.

Koza Optik Showcases Its Latest in Antalya

Koza Optik presented its 2026–2027 optical and sunglasses collections to industry professionals at an event held in Belek, Antalya, from November 1 to 4, 2026. Hosted at Xanadu Resort Hotel, the gathering welcomed participants from across Türkiye, along with guests and business partners from 14 countries. The new collections featured a variety of clip-on styles, distinctive colors, and contemporary design details. Among the highlights was Tom Frank Light, one of the brand's premium lines, featuring lightweight, flexible frames weighing just 6.8 grams. Koza Optik also introduced its next-generation polarized lens technology, designed to reduce glare and provide a clearer, more natural visual experience.

Expert Optik İki Fransız Stilini Sunuyor

Façonnable ve Brett'in Türkiye'deki ithalat ve dağıtımını üstlenen Expert Optik, iki özgün Fransız markasını farklı tasarım çizgileriyle sunuyor. 1950'de Nice'te kurulan Façonnable, Fransız Rivierası'nın rafineliğini optik ve güneş gözlüğü koleksiyonlarına taşıyor. Façonnable Les Garçons çocuklara da hitap ediyor. Adını The Persuaders! dizisindeki Brett Sinclair karakterinden alan Brett ise klasik otomobillerden ve 1970'lerin yapımlarından esinleniyor. Aerodinamik çizgiler ve mekanik detaylarla şekillenen tasarımlarda titanyum, paslanmaz çelik, karbon fiber ve asetat kullanılıyor. İki marka, erkek gözlüklerine farklı yorumlar katıyor.

Expert Optik Unites Two French Styles

Expert Optik, responsible for the import and distribution of Façonnable and Brett in Türkiye, brings together two distinctive French brands with contrasting design identities. Founded in Nice in 1950, Façonnable brings the refined spirit of the French Riviera to its optical and sunglasses collections. Its Façonnable Les Garçons line also caters to children. Brett, named after the character Brett Sinclair from The Persuaders, draws inspiration from classic cars and 1970s film and television. Featuring aerodynamic lines and mechanical details, its frames incorporate titanium, stainless steel, carbon fiber, and acetate. Together, the two brands offer distinct interpretations of men's eyewear.




Superstep
EYEWEAR
SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / D14
CLIP ON
COLLECTION

GÖRÜŞÜN GELECEĞİNİ TEKNOLOJİYLE ŞEKİLLENDİRİYOR

SHAPING THE FUTURE OF VISION THROUGH TECHNOLOGY

OPTİSAR OPTİK

"Silmo İstanbul; Avrupa, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve çevre pazarlardan profesyonelleri bir araya getirme hedefiyle Türkiye'nin uluslararası görünürlüğüne de katkı sağlıyor."

"Silmo Istanbul's goal of attracting professionals from Europe, the Middle East, North Africa, and neighboring markets also contributes to Türkiye's international visibility."



Merhaba Mustafa Ruhi İleri Bey. Öncelikle kendinizden ve Optisar Optik'in kuruluş sürecinden bahsedebilir misiniz?

Optik sektörü bizim için yeni bir alan değil. Optisar Optik, yaklaşık 30 yıllık sektörel deneyim ve birikimle kurulmuş bir üretici firma. Kurucu ekibimiz, üretimden toptan satışa, ürün geliştirmeden müşteri ilişkilerine kadar sektörün farklı alanlarında çalışarak değişen ihtiyaçları yakından gözlemledi. Bu deneyim bize başarının yalnızca iyi bir ürün üretmekten geçmediğini öğretti. Üretim teknolojisi, optik tasarım, kalite, hızlı teslimat ve optik mağazaların ihtiyaçları bir bütün olarak değerlendirilmeli. Biz de sektörel birikimimizi yeni nesil üretim teknolojileriyle buluşturarak Türkiye'de gözlük camı üretimine teknoloji ve kalite odaklı yeni bir bakış açısı kazandırmayı hedefledik. Optisar Optik'i yalnızca bir üretici değil, optik mağazalarla uzun vadeli iş ortaklıkları kuran bir yapı olarak konumlandırıyoruz.





Hello, Mr. Mustafa Ruhi İleri. First, could you tell us about yourself and the founding of Optisar Optik?

The optical industry is not new territory for us. Optisar Optik is a manufacturing company founded on nearly 30 years of industry experience and expertise. Our founding team has worked across manufacturing, wholesale distribution, product development, and customer relations, gaining firsthand insight into evolving market needs. This experience taught us that success requires more than producing a good product. Manufacturing technology, optical design, quality, fast delivery, and the needs of optical retailers must be considered as a whole. By combining our industry expertise with next generation manufacturing technologies, we set out to bring a fresh perspective focused on technology and quality to ophthalmic lens manufacturing in Türkiye. We position Optisar Optik not simply as a manufacturer, but as a company committed to building long term partnerships with optical retailers.



Mustafa Ruhi İleri

Optisar Optik'in gelişiminde belirleyici olan dönüm noktalarını okurlarımızla paylaşır mısınız?

Son 30 yılda gözlük camı üretiminin standart ve sınırlı seçeneklerden kişiye özel tasarımlara, dijital sistemlere ve ileri optik teknolojilere uzanan dönüşümüne tanıklık ettik. Bizim için en önemli dönüm noktalarından biri, sektörün geleceğinin üretim kapasitesi kadar teknolojik altyapı ve hassasiyetle şekilleneceğine inanarak ileri üretim teknolojilerine yatırım yapmaktı. Robotik üretim sistemleri, bilgisayar kontrollü kalite süreçleri ve Freeform teknolojisi bu vizyonumuzun temel parçaları. Bir diğer önemli adımımız ise Excelite markasını oluşturmak oldu. Amacımız, güçlü üretim altyapımızı, optik tasarım yetkinliğimizi ve deneyimli ekibimizi güvenilir bir marka çatısı altında buluşturmaktı. Çünkü bizim için deneyim ve teknoloji birbirinin alternatifi değil, birbirini tamamlayan iki temel güçtür.

Could you share the key milestones that have shaped Optisar Optik's development?

Over the past 30 years, we have witnessed ophthalmic lens manufacturing evolve from standardized production and limited options to personalized designs, digital systems, and advanced optical technologies. One of our most significant milestones was investing in advanced manufacturing technologies, driven by our belief that the industry's future depends as much on technological infrastructure and precision as on production capacity. Robotic manufacturing systems, computer controlled quality processes, and Freeform technology are central to this vision. Another major step was establishing Excelite. Our goal was to bring our strong manufacturing infrastructure, optical design expertise, and experienced team together under a trusted brand. For us, experience and technology are not alternatives, but two complementary strengths.

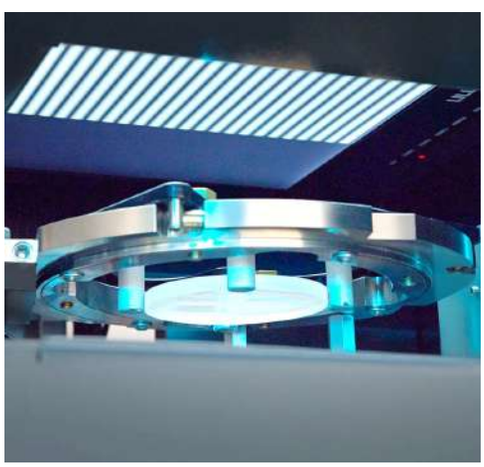
Excelite markanızı nasıl konumlandırıyor, ürün gamınızda hangi çözümlere yer veriyorsunuz?

Excelite, Optisar Optik'in teknoloji ve üretim vizyonunun marka kimliğine dönüşmüş hali. Amacımız, 30 yıllık sektör deneyimimizi yeni nesil üretim teknolojileriyle birleştirerek güvenilir bir gözlük camı markası oluşturmaktı. Excelite'ı teknoloji, hassas üretim ve kullanıcı konforu ekseninde konumlandırıyoruz. Freeform ve Wavefront destekli optik tasarım altyapımız da bizi farklılaştıran unsurlardan biri. Günümüzde kişinin reçetesine, çerçevesine ve kullanım alışkanlıklarına göre optimize edilen camlar giderek önem kazanıyor. Excelite ürün gamımızda stok camlar, reçeteye özel Rx üretimler, progresif camlar, tek odaklı Freeform tasarımlar, fotokromik ve mavi ışık filtreli seçenekler, polarize camlar ve farklı kaplamalar bulunuyor. 1.60, 1.67 ve 1.74 gibi yüksek indeksli malzemeler daha ince ve hafif cam seçenekleri sunuyor. Yeni nesil hammaddeler ve çocuklarda miyopi ilerlemesini yavaşlatmaya yönelik çözümler de geliştirme çalışmalarımız arasında. Ancak bizim için teknolojinin asıl değeri, son kullanıcıya somut fayda sağlaması. Excelite'ın temel yaklaşımını bu nedenle "İleri teknoloji, hassas üretim, net görüş" olarak özetliyoruz.



How do you position your Excelite brand, and what solutions does your product range offer?

Excelite embodies Optisar Optik's vision for technology and manufacturing in the form of a distinct brand identity. Our goal was to combine 30 years of industry experience with next generation manufacturing technologies to establish a trusted ophthalmic lens brand. We position Excelite around technology, precision manufacturing, and visual comfort. Our Freeform and Wavefront supported optical design capabilities are among our key differentiators. Today, lenses optimized to individual prescriptions, frames, and wearing habits are becoming increasingly important. The Excelite range includes stock lenses, prescription specific Rx lenses, progressive lenses, single vision Freeform designs, photochromic and blue light filtering options, polarized lenses, and various coatings. High index materials such as 1.60, 1.67, and 1.74 offer thinner, lighter lens options. Our development efforts also include next generation materials and solutions aimed at slowing myopia progression in children. Ultimately, what matters to us is technology that delivers tangible benefits to wearers. This is why we summarize Excelite's core philosophy as "Advanced Technology, Precision Manufacturing, Clear Vision."



Optisar Optik'in ürün portföyünü oluştururken hangi kriterleri önceliklendiriyorsunuz?

Ürün geliştirirken öncelikle "Bu ürün kullanıcıya gerçek anlamda ne kazandırıyor?" sorusunu soruyoruz. Gözlük camı teknik bir ürün olsa da kullanıcılar daha iyi görüş, yüksek konfor, kolay adaptasyon ve günlük yaşamda daha iyi bir görsel deneyim bekliyor. Bu nedenle portföyümüzü oluştururken optik performans, kullanıcı konforu, malzeme kalitesi, üretilebilirlik, reçeteye uygunluk ve optik mağazaların doğru ürün sunabilmesi gibi kriterleri birlikte değerlendiriyoruz. Optisyenlerin kullanıcı beklentileri ve ürünlerin günlük performansına ilişkin geri bildirimleri AR-GE çalışmalarımıza değerli katkılar sağlıyor. Çünkü laboratuvar verileri kadar sahadan gelen bilgileri de önemsiyoruz. Ürün portföyümüzü bu doğrultuda değişen ihtiyaçlara göre geliştirmeyi sürdürüyoruz.

What criteria do you prioritize when developing Optisar Optik's product portfolio?

When developing a product, the first question we ask is, "What real value does this product bring to the wearer?" Although ophthalmic lenses are technical products, wearers ultimately expect better vision, greater comfort, easier adaptation, and an improved visual experience in everyday life. We therefore consider optical performance, wearer comfort, material quality, manufacturability, prescription accuracy, and the ability of optical retailers to recommend the right products. Feedback from opticians on wearer expectations and everyday product performance makes a valuable contribution to our R&D efforts. We value insights from the field as much as laboratory data and continuously develop our product range to meet evolving needs.

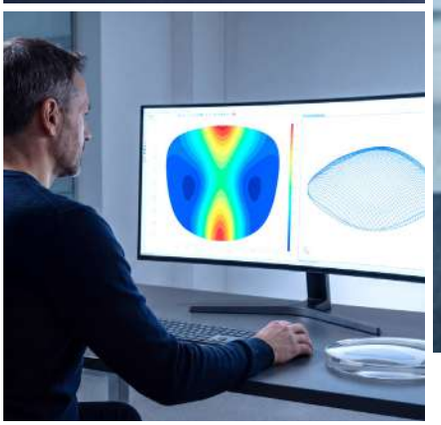
Robotik sistemler, Freeform ve Wavefront teknolojilerinizin optik mağazalara ve son kullanıcılara sağladığı avantajlar nelerdir?

Teknolojiyi pazarlama unsurundan öte, üretim kalitesini artıran bir araç olarak görüyoruz. Robotik sistemler insan müdahalesini azaltarak üretimde hassasiyet, tekrarlanabilirlik ve standardizasyon sağlıyor. Bilgisayar kontrollü kalite süreçleri ise ürünlerin belirlenen kriterlere uygunluğunu sistematik olarak denetlememize olanak tanıyor. Freeform teknolojisi optik tasarımda esneklik kazandırırken özellikle progresif ve Rx camları reçete ve kullanım ihtiyaçlarına göre daha hassas biçimde optimize etmemizi sağlıyor. Wavefront destekli tasarımlarımızla daha geniş görüş alanı, daha düşük periferik distorsiyon ve daha kolay adaptasyon sunan çözümler geliştirmeyi hedefliyoruz. Böylece teknolojiyi daha iyi görüş ve yüksek görsel konfora dönüştürmeyi amaçlıyoruz.

What advantages do your robotic systems, Freeform, and Wavefront technologies offer optical retailers and end users?

We see technology as more than a marketing tool. It is a means of improving manufacturing quality. Robotic systems reduce human intervention, ensuring greater precision, repeatability, and consistency in production. Computer controlled quality processes allow us to systematically verify that products meet established standards. Freeform technology provides greater flexibility in optical design, enabling us to optimize progressive and Rx lenses more precisely for individual prescriptions and wearing needs. With our Wavefront supported designs, we aim to develop solutions offering wider fields of vision, reduced peripheral distortion, and easier adaptation. Our ultimate goal is to translate these technologies into better vision and greater visual comfort.







Kişiye özel cam üretiminde doğru ölçüm ve optik mağazalarla iletişim neden önem taşıyor?

Kişiye özel üretimde reçete verileri tek başına yeterli değil. Çerçeve ölçüleri, camın çerçevedeki konumu, göz bebeği merkezleri, kullanım mesafeleri ve kişinin günlük görsel ihtiyaçları da önem taşıyor. Bu nedenle optik mağazayla üretici arasındaki iletişim kritik. Ölçümlerin doğru alınarak üretim merkezine eksiksiz aktarılması, optik optimizasyonun güvenilir verilere dayanmasını sağlıyor. Özellikle kişiye özel Freeform üretimde ölçüm doğruluğu sonucu doğrudan etkiliyor. Biz bu süreci ortak bir çözüm geliştirme çalışması olarak görüyoruz. Optisyen, kullanıcının ihtiyaçlarını ve ölçümlerini aktarıyor; biz de bu verileri ileri üretim ve tasarım teknolojilerimizle kişiye özel bir optik çözüme dönüştürüyoruz.

Why are accurate measurements and communication with optical retailers so important in personalized lens manufacturing?

In personalized lens manufacturing, prescription data alone is not enough. Frame dimensions, lens positioning, pupil centers, viewing distances, and individual visual needs are equally important. This makes communication between optical retailers and manufacturers essential. Accurate measurements and their complete transmission to the production facility ensure that optical optimization is based on reliable data. Measurement accuracy directly affects the results, particularly in personalized Freeform manufacturing. We see this as a collaborative process. The optician communicates the wearer's needs and measurements, while we use our advanced manufacturing and design technologies to turn that information into a personalized optical solution.

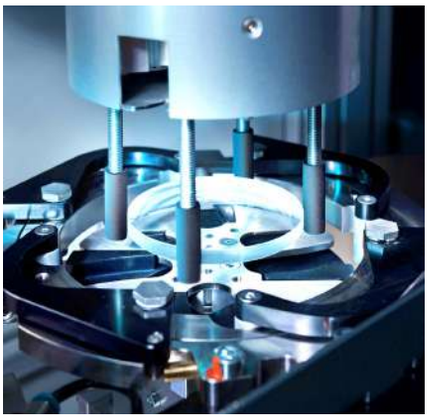
Optik mağazalarla iş ortaklığınızı ve satış sonrası destek süreçlerinizi nasıl yönetiyorsunuz?

Optik mağazaları yalnızca müşterimiz olarak değil, iş ortaklarımız olarak görüyoruz. Siparişten üretime, kalite kontrolden paketleme ve teslimata kadar tüm aşamalarda hızlı ve düzenli iletişim kurmaya önem veriyoruz. Özellikle Rx üretimlerde doğru bilgi akışının kritik olduğunu düşünüyor, gerektiğinde ürün seçimi, ölçüm ve teknik detaylar konusunda optik mağazalarımıza destek sağlıyoruz. Satış sonrası hizmetler de yaklaşımımızın önemli bir parçası. Çünkü ürünün mağazaya ulaşması bizim için sürecin tamamlandığı anlamına gelmiyor. Optik mağazanın ürünü doğru şekilde sunabilmesi, kullanıcının memnuniyeti ve ihtiyaç halinde hızlı destek alabilmesi önceliklerimiz arasında. Bu nedenle hızlı üretim, yüksek kalite, zamanında teslimat ve erişilebilir teknik desteği uzun vadeli iş ortaklıklarımızın temel unsurları olarak görüyoruz.

How do you manage your partnerships with optical retailers and your aftersales support processes?

We see optical retailers not simply as customers, but as business partners. We prioritize prompt and consistent communication at every stage, from order placement and manufacturing to quality control, packaging, and delivery. We recognize that accurate information exchange is particularly critical for Rx lens production, and we provide optical retailers with support on product selection, measurements, and technical details whenever needed. Aftersales service is also an essential part of our approach. For us, the process does not end when a product reaches the retailer. Our priorities include ensuring that optical retailers can present products effectively, that wearers are satisfied, and that prompt assistance is available whenever needed. We therefore consider fast production, high quality, on time delivery, and accessible technical support the foundations of our long term business partnerships.







Türkiye gözlük camı pazarını ve değişen tüketici beklentilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye optik sektörü oldukça dinamik bir yapıya sahip. Tüketiciler artık yalnızca görme kusurlarını düzelten camlar değil, yaşam tarzlarına ve kullanım alışkanlıklarına uygun kişiselleştirilmiş çözümler bekliyor. Dijital cihaz kullanımı, değişen çalışma biçimleri, açık hava aktiviteleri ve estetik beklentiler de bu çeşitliliği artırıyor. Ekonomik koşullar ise fiyat ve kalite dengesini her zamankinden önemli hale getiriyor. Biz de farklı ihtiyaç ve bütçelere uygun çözümler sunarken kalite standartlarımızdan ödün vermemeye özen gösteriyoruz. Ürün çeşitliliğinin artması, optik mağazalarda teknik bilgi ve doğru ürün danışmanlığını daha da önemli kılıyor. Üreticiler açısından ise hızlı üretim, sürdürülebilir kalite, stok yönetimi ve müşteri hizmetleri artık bir bütün olarak değerlendirilmeli. Bu nedenle sektörün geleceğinde teknoloji kadar, üreticilerle optik mağazalar arasındaki güçlü iletişimin de belirleyici olacağına inanıyoruz.

How do you assess the Turkish ophthalmic lens market and evolving consumer expectations?

Türkiye's optical industry is highly dynamic. Consumers today expect more than lenses that simply correct refractive errors. They seek personalized solutions suited to their lifestyles and wearing habits. Digital device use, changing work patterns, outdoor activities, and aesthetic preferences are further diversifying these needs. Economic conditions have also made the balance between price and quality more important than ever. We strive to offer solutions for different needs and budgets without compromising our quality standards. As product diversity increases, technical expertise and appropriate product guidance at optical retailers become even more important. From a manufacturer's perspective, fast production, consistent quality, inventory management, and customer service must now be considered as interconnected priorities. We therefore believe that strong communication between manufacturers and optical retailers will be just as important as technology in shaping the industry's future.

Optisar Optik'in yakın ve uzun vadeli hedeflerini okurlarımızla paylaşır mısınız?

Yakın dönemde önceliğimiz, üretim altyapımızın verimliliğini artırmak ve Excelite ürün gamını optik mağazaların ihtiyaçları doğrultusunda geliştirmek. Kişiye özel üretim, Wavefront tasarımlar, yeni nesil hammaddeler ve kullanıcı odaklı optik çözümler üzerinde çalışırken üretim süreçlerimizi dijitalleştirmeye ve kalite kontrol sistemlerimizi geliştirmeye devam ediyoruz. Uzun vadede ise Optisar Optik'i Türkiye'den dünyaya açılan güçlü bir gözlük camı üreticisi olarak konumlandırmayı hedefliyoruz. Ülkemizin üretim kabiliyetini ve sektörel deneyimini uluslararası pazarlarda daha görünür kılmak amacıyla ihracata ve yeni işbirliklerine odaklanıyoruz. Nihai hedefimiz, teknolojik yatırımlarımızı ve optik mağazalarla güçlü iş ortaklıklarımızı sürdürerek Excelite'ı uluslararası ölçekte tanınan bir marka haline getirmek.

Could you share Optisar Optik's short and long term goals with our readers?

In the near term, our priority is to improve the efficiency of our manufacturing infrastructure and expand the Excelite product range in line with the needs of optical retailers. While working on personalized lens manufacturing, Wavefront designs, next generation materials, and wearer focused optical solutions, we continue to digitalize our production processes and enhance our quality control systems. In the long term, we aim to position Optisar Optik as a leading ophthalmic lens manufacturer from Türkiye with a strong international presence. We are focusing on exports and new business partnerships to increase the visibility of our country's manufacturing capabilities and industry expertise in international markets. Our ultimate goal is to establish Excelite as an internationally recognized brand by continuing to invest in technology and strengthen our partnerships with optical retailers.

Silmo İstanbul'un gelişimi ve optik endüstrisine yönelik katkıları hakkında görüşleriniz nelerdir?

Silmo İstanbul'un Türkiye optik sektörü için önemli bir buluşma noktası haline geldiğini düşünüyoruz. Üreticileri, distribütörleri, optik mağazaları ve uluslararası markaları aynı platformda buluşturarak hem yeni ürünlerin hem de sektörün geleceğinin değerlendirilmesine olanak tanıyor. Avrupa, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve çevre pazarlardan profesyonelleri bir araya getirme hedefiyle Türkiye'nin uluslararası görünürlüğüne de katkı sağlıyor. Bizim gibi üretim ve teknoloji odaklı firmalar açısından fuarlar yalnızca ürün sergilemek için değil, sektörün ihtiyaçlarını anlamak, yeni teknolojileri takip etmek, müşteri geri bildirimlerini değerlendirmek ve işbirlikleri geliştirmek için de büyük önem taşıyor. Silmo İstanbul'un yıllar içinde büyüyerek güçlü bir iletişim ve ticaret platformuna dönüşmesini son derece değerli buluyoruz.

What are your views on the development of Silmo Istanbul and its contributions to the optical industry?

We believe Silmo Istanbul has become an important meeting point for Türkiye's optical industry. By bringing manufacturers, distributors, optical retailers, and international brands together on a single platform, it creates opportunities to explore both new products and the industry's future. Its goal of attracting professionals from Europe, the Middle East, North Africa, and neighboring markets also contributes to Türkiye's international visibility. For manufacturing and technology driven companies like ours, trade shows are not simply venues for showcasing products. They also provide valuable opportunities to understand industry needs, keep up with emerging technologies, gather customer feedback, and develop new partnerships. We greatly value how Silmo Istanbul has grown over the years into a strong platform for communication and business.

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

Bize kendimizi ve çalışmalarımızı anlatma fırsatı verdiğiniz için biz de teşekkür ederiz. 4 your eyes'ın yalnızca haber ve tanıtım yapan bir yayın olmanın ötesinde, sektör profesyonellerini, markaları, üreticileri ve optik mağazaları buluşturan değerli bir iletişim platformu olduğunu düşünüyoruz. Özellikle sektörün deneyimini ve yeni nesil markaların vizyonunu aynı çatı altında görünür kılmasını önemsiyor, başarılarınızın devamını diliyoruz.

Thank you for your time. Finally, what would you like to say about 4 your eyes Optical Magazine?

We would also like to thank you for giving us the opportunity to introduce ourselves and share our work. We believe 4 your eyes is more than a publication covering industry news and promotions. It is a valuable communication platform that brings together industry professionals, brands, manufacturers, and optical retailers. We particularly appreciate how it highlights both the industry's accumulated experience and the vision of emerging brands under one roof, and we wish you continued success.





Billur Optik ile Bir Gözlükten Fazlası Ölçeklenebilir Bir Deniz Koruma Yatırımı

Billur Optik Goes Beyond Eyewear
Scalable Investment in Marine Conservation

Billur Optik, Deniz Yaşamını Koruma Derneği (DYKD) ve Valmira markasıyla sektörde öncü bir işbirliği projesine imza atıyor.

From Net to Next mottosuyla hayata geçirilen proje, denizlerde terk edilen veya kaybolan balıkçılık ağlarının yarattığı ekolojik tehdidi sürdürülebilir bir dönüşüm fırsatına çeviriyor. 'Hayalet ağ' olarak adlandırılan bu ekipmanlar, deniz canlılarını yakalamayı sürdürerek su altı yaşamına zarar veriyor ve zamanla mikroplastik kirliliğine yol açıyor. Projenin deniz koruma ayağını üstlenen DYKD, 2026 itibarıyla Türkiye denizlerinden 665.000 m² hayalet ağı ve 3.300 kg kurşunu uzaklaştırdı. Yaklaşık 6,5 yıllık AR-GE sürecinin ardından denizden çıkarılan ağlar, Zeta Plast tarafından poliamid 6 granül hammaddesine ileri dönüştürülüyor; Billur Optik ise tasarım ve üretim uzmanlığıyla sektöre kazandırdığı bu malzemeye Valmira güneş gözlüğü koleksiyonunda hayat veriyor.

Billur Optik is pioneering a collaboration with the Marine Life Conservation Society (DYKD) and the Valmira brand.

Guided by the "From Net to Next" concept, the project transforms the ecological threat posed by abandoned or lost fishing nets into an opportunity for sustainable innovation. Known as "ghost nets," these discarded fishing gears continue to entangle marine life, damage underwater ecosystems, and eventually break down into microplastics. Leading the project's marine conservation efforts, DYKD has removed 665,000 m² of ghost nets and 3,300 kg of lead from Turkish waters as of 2026. Following approximately 6.5 years of R&D, the recovered nets are upcycled by Zeta Plast into polyamide 6 granules. Billur Optik brings this innovative material to the optical industry through its design and manufacturing expertise, giving it new life in the Valmira sunglass collection.









Denizden Başlayan Sürdürülebilir Döngü

Sıfır Atık vizyonunu somutlaştıran bu projede; duyarlı insanlar ve balıkçılar ağların tespitine katkı sağlıyor, kamu kurumları süreci destekliyor, DYKD deniz koruma operasyonlarını yürütüyor, özel sektör ise bu atıkları değere dönüştürüyor. Geri kazanılmış poliamid 6 granül hammaddesinin ilk ve en görünür ürünü olan Valmira gözlüklerinden elde edilen gelirin bir bölümü ise yeniden deniz koruma projelerine aktarılırken, markayı tercih eden herkes bu sürdürülebilir döngünün parçası oluyor. Farklı endüstrilerde de kullanılma potansiyeli olan bu hammadde sayesinde Valmira; yalnızca bir gözlük markası değil, ölçeklenebilir deniz koruma yatırımlarına ışık tutan bir inovasyon modeli olma niteliği de taşıyor.

A Sustainable Cycle Beginning at Sea

Embodying the Zero Waste vision, the project brings together environmentally conscious individuals and fishermen who help locate the nets, public institutions that support the process, DYKD teams conducting marine conservation operations, and private-sector partners transforming waste into value. As the first and most visible application of the recovered polyamide 6 material, Valmira eyewear channels a portion of its sales revenue back into marine conservation projects, making every customer part of this sustainable cycle. With potential applications across other industries, the material positions Valmira as more than an eyewear brand: an innovation model paving the way for scalable investments in marine conservation.



Göz Kanserinin Gözden Kaçabilen **7 Belirtisi**

7 Signs of Eye Cancer That May Go Unnoticed

Bulanık görme, ışık parlamaları, gözde büyüyen koyu lekeler... Çoğu zaman başka göz rahatsızlıklarından kaynaklanan bu değişiklikler, nadiren göz kanserinin de belirtisi olabiliyor.

Blurred vision, flashes of light, growing dark spots in the eye... Although these changes are usually caused by other eye conditions, they can occasionally be signs of eye cancer.

Göz kanseri, gözün farklı dokularında gelişebilen nadir kanserleri kapsıyor. Yetişkinlerde görülen başlıca türlerden biri olan oküler melanom, pigment üreten hücrelerden kaynaklanıyor ve çoğunlukla gözün uvea tabakasında gelişiyor. Cilt melanomuyla aynı hücre türünden köken alsa da doğrudan "cilt kanseri" olarak sınıflandırılmıyor. Hastalık başlangıçta belirgin bir şikayete yol açmayabiliyor; bazı vakalar rutin göz muayenelerinde saptanabiliyor. Cancer Research UK'nin yayımladığı güncel verilere göre Birleşik Krallık'ta yılda yaklaşık 940 yeni göz kanseri vakası görülüyor. Görülme sıklığı 1990'ların başından bu yana yüzde 29 artmış olsa da bu rakam, hastalığın gençler arasında hızla yayıldığını göstermiyor. Göz kanseri ileri yaşlarda daha sık görülüyor. Bu nedenle gençlerde hızlı artış yaşandığını öne süren başlıklara temkinli yaklaşmak gerekiyor.

Eye cancer includes rare cancers that develop in different tissues of the eye. Ocular melanoma, one of the main types seen in adults, originates in pigment-producing cells and most commonly develops in the uveal tract. Although it arises from the same type of cells as skin melanoma, it is not classified as "skin cancer." The disease may initially cause no noticeable symptoms, and some cases are detected during routine eye examinations. According to recent data published by Cancer Research UK, approximately 940 new cases of eye cancer are diagnosed annually in the United Kingdom. Although incidence has increased by 29% since the early 1990s, this does not indicate that the disease is spreading rapidly among young people. Eye cancer is more common in older adults. Therefore, headlines suggesting a rapid increase among younger people should be approached with caution.

Dikkat edilmesi gereken 7 belirti

1. Bulanık görme: Özellikle tek gözde başlayan veya giderek artan, açıklanamayan görme değişiklikleri.

2. Çevresel görüş kaybı: Karşıya bakarken yan tarafları görmede zorlanma.

3. Işık parlamaları ve uçuşmalar: Görüş alanında yeni beliren noktalar, çizgiler veya gölgeler.

4. Büyüyen koyu leke: Gözün renkli ya da beyaz bölümünde yeni oluşan veya büyüyen pigmentli alan.

5. Göz bebeğinde değişiklik: Göz bebeğinin şeklinin veya büyüklüğünün değişmesi.

6. Büyüyen kitle veya belirginleşen çıkıntı: Göz kapağında ya da göz çevresinde büyüyen oluşum veya gözün öne doğru çıkması.

7. Geçmeyen kızarıklık ve tahriş: Uzun süren ya da tedaviye rağmen devam eden şikayetler.

7 Signs to Watch For

1. Blurred vision: *Unexplained vision changes, particularly those beginning in one eye or gradually worsening.*

2. Loss of peripheral vision: *Difficulty seeing to the sides while looking straight ahead.*

3. Flashes and floaters: *Newly appearing spots, lines or shadows in the field of vision.*

4. Growing dark spot: *A new or enlarging pigmented area on the colored or white part of the eye.*

5. Changes in the pupil: *Changes in the shape or size of the pupil.*

6. Growing lump or noticeable bulging: *An enlarging growth on or around the eyelid, or protrusion of the eye.*

7. Persistent redness and irritation: *Symptoms that last a long time or continue despite treatment.*

Bu belirtiler tek başına kanser anlamına gelmiyor; çok daha yaygın göz hastalıklarında da görülebiliyor. Ancak kalıcı veya ilerleyen değişikliklerin nedeninin göz hastalıkları uzmanı tarafından belirlenmesi gerekiyor. Ağrı olmaması da bir sorunun bulunmadığını göstermiyor; göz melanomunda ağrı nadir görülüyor.

Riskleri doğru değerlendirmek gerekiyor

Açık göz rengi, açık ten, gözdeki bazı benler ve nadir kalıtsal yatkınlıklar göz melanomu riskini artırabiliyor. Güneş ışığı ile uveal melanom arasındaki ilişki ise cilt melanomundaki kadar kesin değil. UV'den korunmak göz sağlığı için önemli olmakla birlikte, güneş gözlüğünün göz kanserini kesin olarak önlediğini veya riski belirli bir oranda azalttığını söylemek için yeterli kanıt bulunmuyor.

These signs do not necessarily indicate cancer and may also occur with much more common eye conditions. However, persistent or progressive changes should be evaluated by an ophthalmologist. The absence of pain does not rule out a problem, as pain is uncommon in ocular melanoma.

Assessing the risks properly

Light eye color, fair skin, certain moles in the eye and rare inherited predispositions may increase the risk of ocular melanoma. However, the link between sunlight and uveal melanoma is not as well established as it is for skin melanoma. Although UV protection is important for eye health, there is insufficient evidence to claim that sunglasses definitively prevent eye cancer or reduce its risk by a specific percentage.

Tanı ve tedavi nasıl planlanıyor?

Göz kanseri şüphesinde değerlendirme, ayrıntılı göz muayenesiyle başlıyor. Göz bebeği damlayla genişletilerek gözün iç yapıları incelenebiliyor; gerekli durumlarda göz ultrasonu ve ek görüntüleme yöntemlerinden yararlanılıyor. Tedavi, tümörün türüne, büyüklüğüne ve yerleşimine göre planlanıyor. Uygun hastalarda radyoterapi veya cerrahi uygulanırken, mümkün olduğunda gözün ve görme işlevinin korunması hedefleniyor. Bu sürecin zamanında başlayabilmesi için yeni ortaya çıkan veya ilerleyen belirtilerde göz muayenesinin geciktirilmemesi gerekiyor. Gözlerdeki değişiklikleri önemsemek hem görmenin korunması hem de olası hastalıkların erken fark edilmesi açısından değer taşıyor. Düzenli göz kontrolleri ve belirtilerin erken değerlendirilmesi, tedavi seçeneklerinin zamanında belirlenmesine katkı sağlayabiliyor.

Diagnosis and treatment planning

When eye cancer is suspected, evaluation begins with a comprehensive eye examination. Eye drops may be used to dilate the pupils and examine the internal structures of the eye, with ocular ultrasound and additional imaging techniques used when necessary. Treatment is planned according to the tumor's type, size and location. Radiotherapy or surgery may be performed in suitable patients, with the goal of preserving the eye and visual function whenever possible. To ensure timely treatment, eye examinations should not be delayed when new or worsening symptoms appear. Paying attention to changes in the eyes is important for both preserving vision and detecting potential diseases early. Regular eye examinations and early evaluation of symptoms can help ensure that treatment options are identified in a timely manner.



Hafızanın İpuçları Bakışlarda Saklı

Memory Clues Hidden in Our Gaze

Gözlerimiz yalnızca çevremizi görmemizi sağlamıyor; hafızamızın işleyişine dair ipuçları da taşıyor.

Görüntülere bakma biçimimiz, hafıza sağlığımız hakkında ipuçları verebilir. Göz hareketleri üzerine yapılan bir çalışmada, sağlıklı genç ve yaşlı yetişkinlerle hafıza ve bilişsel sorunları bulunan kişilerin bakışları karşılaştırıldı. Katılımcılar çeşitli görüntüleri incelerken, bakışlarının hangi noktalara yöneldiği ve nasıl değiştiği göz takip cihazlarıyla kaydedildi. Hafıza işlevi daha zayıf olan kişilerin görüntülerde daha dar bir alanı incelediği ve farklı resimlere bakarken benzer bakış kalıpları sergilediği görüldü. Aynı görüntü yeniden gösterildiğinde ise yeni ayrıntıları keşfetmek yerine, daha önce baktıkları noktalara yönelme eğilimleri arttı.

Hafıza Sağlığına Açılan Bir Pencere

Bu bulgular, göz hareketlerinin hafızada önemli rol oynayan hipokampüsün işleyişiyle bağlantılı olabileceğini düşündürüyor. Araştırma, bakışlarımızın bilgiyi nasıl kaydettiğimiz ve hatırladığımız konusunda değerli veriler sunabileceğine işaret ediyor. Göz takibi, gelecekte hafıza sorunlarının değerlendirilmesi ve izlenmesinde tamamlayıcı bir yöntem olabilir. Ancak bakışlardaki bu farklılıklar tek başına Alzheimer veya demans tanısı anlamına gelmiyor; yöntemin klinik kullanımının netleşmesi için daha fazla araştırma gerekiyor.

Our eyes do more than help us see the world around us; they also offer clues about how our memory works.

The way we look at images may offer clues about our memory health. A study of eye movements compared the gaze patterns of healthy younger and older adults with those of people experiencing memory and cognitive difficulties. As participants examined various images, eye tracking devices recorded where they looked and how their gaze shifted. Those with weaker memory function were found to explore a narrower area of the images and display similar gaze patterns when viewing different pictures. When shown the same image again, they were more likely to return to previously viewed areas rather than explore new details.

A Window into Memory Health

These findings suggest that eye movements may be linked to the function of the hippocampus, which plays an important role in memory. The research indicates that our gaze patterns could provide valuable insights into how we store and recall information. In the future, eye tracking may serve as a complementary method for assessing and monitoring memory problems. However, these differences in gaze patterns alone do not indicate Alzheimer's disease or dementia, and further research is needed to establish the method's clinical applications.



WINNER'S CLUB EXCLUSIVE EYEWEAR | GENTS of LONDON | parasite EYEWEAR | QZEN MEMORY EYEWEAR | Speedy Kids | PHILIPPE MÜLLER SWISS

EFOROPTİK

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



Zayıflama İğneleri ve Görme Sağlığı

Weight Loss Injections and Eye Health

Kilo kontrolünde yaygınlaşan yeni nesil ilaçlar, göz sağlığı üzerindeki olası etkileriyle de bilim dünyasının gündeminde.

Diyabet ve obezite tedavisinde kullanılan bazı ilaçlarla görme sorunları arasındaki ilişki araştırılıyor. Jama Ophthalmology'de yayımlanan bir çalışma, semaglutid kullanan kişilerde, görme sinirinin kanlanmasının bozulmasıyla gelişen ve ani görme kaybına yol açabilen Naion adlı rahatsızlığın daha sık görüldüğünü bildirdi. Çalışma tek başına neden-sonuç ilişkisini kanıtlamasa da bulgular, daha kapsamlı incelemelerin önünü açtı. Avrupa İlaç Ajansı, Haziran 2025'te yaptığı değerlendirmede, ani görme kaybına yol açabilen bu rahatsızlığı semaglutid içeren ilaçların "çok seyrek" görülen yan etkileri arasında kabul etti. Bu ifade, 10.000 kullanıcıdan en fazla birinin etkilenebileceği anlamına geliyor. Şubat 2026'da İngiltere'nin ilaç güvenliği kurumu da semaglutid kullanan kişilerde ani veya kısmi görme kaybı gelişmesi durumunda acilen göz muayenesi yapılması gerektiğini duyurdu.

Görmedeki Değişiklikleri Önemsemek

Bu gelişmeler, bütün zayıflama iğnelerinin aynı riski taşıdığı veya bu ilaçları kullanan herkesin görme sorunu yaşayacağı anlamına gelmiyor. Bulguları değerlendirirken kullanılan etken maddeyi ve kişinin mevcut sağlık durumunu birlikte ele almak gerekiyor. Özellikle aniden başlayan, ağrısız görme azalması ya da görme alanının bir bölümünde kararma, beklemeden göz hekimi değerlendirmesi gerektiriyor. Tedavinin sürdürülmesi veya değiştirilmesi kararı, göz bulguları ve ilacın sağladığı yararlar birlikte değerlendirilerek hekim tarafından verilmeli.

New-generation weight management medications are also drawing scientific attention for their potential effects on eye health.

Researchers are investigating the link between certain medications used to treat diabetes and obesity and vision problems. A study published in Jama Ophthalmology reported a higher incidence of a condition known as Naion among people taking semaglutide. This condition results from impaired blood supply to the optic nerve and can cause sudden vision loss. Although the study alone does not establish a cause-and-effect relationship, its findings have prompted further investigation. In June 2025, the European Medicines Agency classified this condition, which can cause sudden vision loss, as a "very rare" side effect of medications containing semaglutide. This means that no more than one in 10,000 users may be affected. In February 2026, the UK's medicines safety regulator also advised that people taking semaglutide should seek an urgent eye examination if they experience sudden or partial vision loss.

Taking Changes in Vision Seriously

These developments do not mean that all weight loss injections carry the same risk or that everyone using these medications will experience vision problems. The active ingredient and the individual's existing health conditions must be considered together when evaluating the findings. In particular, sudden, painless vision loss or darkening in part of the visual field requires prompt evaluation by an ophthalmologist. Decisions about continuing or changing treatment should be made by a physician, taking into account both the eye findings and the benefits of the medication.


THE FASHION YOU WEAR, THE WAY YOU SEE
OPTIC 844
www.optic844.com
ZEUS+ΔIONE
HELLAS



Dior Sadelikle Büyülüyor

Dior, çerçevesiz degrade camları üst kenarlarından altın tonlu metal yapıyla desteklediği bu güneş modelinde zarif bir siluet yaratıyor. Şakaklardaki inci görünümlü detaylar, tasarımın rafine karakterini tamamlıyor.

Dior Captivates with Simplicity

Dior creates an elegant silhouette with this sun model, featuring rimless gradient lenses supported along their upper edges by a slender gold-toned metal structure. Pearl-like accents at the temples complete its refined character.

Bir Pugnale Eyewear Sekizgeni

Pugnale, Journey optik modelinde pembe kahverengi transparan asetatı sekizgen formla buluşturarak heykelsi bir görünüm yaratıyor. Fasetli yüzeylerin ışıkla farklılaşması ise modele üç boyutlu etki katıyor.

A Pugnale Eyewear Octagon

Pugnale creates a sculptural look with the Journey optical model, combining translucent pink-brown acetate with an octagonal shape. The faceted surfaces interact with light, adding a three-dimensional effect to the design.



Alexander McQueen'den Rafine Hatlar

Alexander McQueen, bu güneş gözlüğünde dar oval formu keskin dış köşelerle buluşturarak iddialı bir siluet yaratıyor. Siyah camlar ve ince saplar, tasarımın minimalist karakterini güçlendiriyor.

Refined Lines from Alexander McQueen

Alexander McQueen creates a striking silhouette in these sunglasses, combining a narrow oval shape with sharply defined outer corners. Black lenses and slender temples reinforce the design's minimalist character.



Celine'nin
Altın Dokunuşu

Celine, çerçevesiz yuvarlak formu yorumladığı camları; altın tonlu, çiçek motiflerini andıran metal detaylarla bu güneş modelinde buluşturuyor. Saplara uzanan kıvrımlı süslemeler, tasarıma heykelsi bir şıklık ekliyor.

Celine's Golden Touch

Celine brings a fresh interpretation of round rimless lenses to these sunglasses, pairing them with gold-toned metal details reminiscent of floral motifs. Curving embellishments extending along the temples add sculptural elegance.



Bir Anna Karin Karlsson
Mücevheri

Anna Karin Karlsson, bu güneş gözlüğünde yeşil kristal detaylarla çerçeveyi mücevheri andıran gösterişli bir tasarıma dönüştürüyor. İnce metal saplar ve degrade camlar, ışıltılı karakteri zarifçe dengeliyor.

An Anna Karin Karlsson Jewel

Anna Karin Karlsson transforms the frame into a dazzling, jewel-like design with green crystal details in these sunglasses. Slender metal temples and gradient lenses elegantly balance the design's sparkling character.





Prada Minimalizmi
Keskinleştiriyor

Prada, dar dikdörtgen formu altın tonlu metal çerçeveyle yorumlayarak sade ancak iddialı bir siluet sunuyor. Şakaklardaki ikonik üçgen logo, tasarımın minimalist çizgisine sofistike bir dokunuş katıyor.

Prada Sharpens Minimalism

Prada interprets the narrow rectangular shape through a gold-toned metal frame, creating an understated yet striking silhouette. The iconic triangular logo at the temples adds a sophisticated touch to the design.



Swarovski'nin
Renkli Sürprizi

Swarovski, klasik siyah asetatın zarafetini şeker tonlarındaki kristallerle buluşturarak oval güneş modeline oyuncul bir tavır kazandırıyor. Farklı kesimli bu kristaller, sade silueti iddialı bir moda ifadesine dönüştürüyor.

Colorful Surprise from Swarovski

Swarovski pairs the elegance of classic black acetate with candy-colored crystals, lending a playful attitude to its oval sunglasses. These uniquely cut crystals transform the understated design into a bold fashion statement.

Maybach
Renklerle Cesaretlendiriyor

Maybach, The Artist Sun II modelinde 24 ayar altın kaplama titanyumu yeşil degrade Zeiss camlarla buluşturuyor. Turuncu tonlu, özgün dokulu saplar tasarımın çarpıcı renk kontrastını güçlendiriyor.

Maybach Inspires Boldness with Color

Maybach pairs 24-karat gold-plated titanium with green gradient Zeiss lenses in The Artist Sun II. The orange-toned temples with distinctive textures enhance the design's striking color contrast.



Nina Mûr
Boşluğa Anlam Katıyor

Nina Mûr, Freedom koleksiyonundaki Yohaku modelinde Fin huş ağacını Japon estetiğinden ilham alan özgün bir formla buluşturuyor. Çerçeveyle cam arasındaki bilinçli boşluk, tasarıma hafiflik ve özgürlük katıyor.

Nina Mûr Shapes the Unseen

Nina Mûr brings Finnish birch wood together with a distinctive shape inspired by Japanese aesthetics with the Yohaku model. The intentional space between the frame and lenses lends the design a sense of lightness and freedom.



Versace
Medusa ile Hükmediyor

Versace'nin Medusa Honor güneş modeli, dar dikdörtgen camları ve altın tonlu metal yapısıyla güçlü bir tavır sergiliyor. Saplardaki Medusa amblemi ve Greca gravürü, markanın ikonik estetiğini tamamlıyor.

Versace Commands with Medusa

Versace's Medusa Honor sunglasses make a bold statement with narrow rectangular lenses and a gold-toned metal structure. The Medusa emblem and Greca engraving on the temples complete the brand's iconic aesthetic.



Jean Paul Gaultier
Geometriyle Oynuyor

Jean Paul Gaultier, oval form yorumunu altın tonlu metalle buluşturarak güçlü bir siluet yaratıyor. Kaş hattındaki kabartmalı süslemeler ve geometrik boşluklu sapları ise tasarımın mimari etkisini vurguluyor.

Jean Paul Gaultier Plays with Geometry

Jean Paul Gaultier creates a striking silhouette by interpretating the oval shape with gold-toned metal. Embossed details along the browline and openwork geometric temples further emphasize the model's architectural character.





Valentino'dan
Zarafet İmzası

Valentino'nun çerçevesiz oval camlara eşlik eden bu altın tonlu metal işçiliği göz alıyor. Şakaklardaki heykelsi VLogo detayı ise ince sapların rafineliğiyle buluşarak tasarımın güçlü moda kimliğini vurguluyor.

Valentino's Signature of Elegance

Valentino's gold-toned metal craftsmanship draws attention alongside rimless oval lenses. Sculptural VLogo details at the temples complement the refined slim arms, highlighting the design's strong fashion identity.

RENKLERİN YORUMU:

Optik Çerçeve trendleri

INTERPRETATION OF COLORS:

Trends of the Optical Frames

Chopard

• DE RIGO / VCH421S 933 •





Silhouette

• SER OPTİK / 1627 6130 •

DSQUARED2

• SAFILO GROUP / D2 0227 •





LINDBERG

• CEMFA GÖZLÜK / 1067 AL38 49135 •



Off-White™

• TURKUAZ OPTİK / OW5037250055 •



MYKITA

• MYKITA TÜRKİYE / JADA •

JACQUEMUS

• ATÖLYE GÖZLÜK / PASTRO •





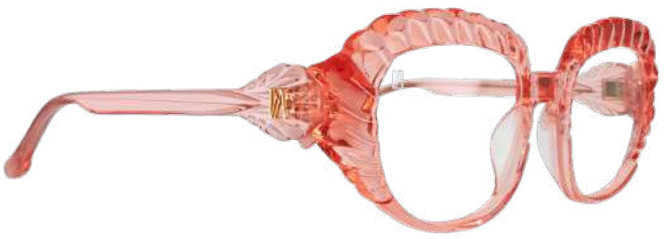
MaxMara

• MERVE OPTİK / MM5185 •

roberto cavalli

• DE RIGO / VRC121 06PJ 2 •





ANNA-KARIN KARLSSON

• PB GÖZLÜK / SEE SHELLY PEACH •

MOREL

LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

• MOREL / ENIGMA 6 PR10 •





MASUNAGA

• CEMFA GÖZLÜK / AUDREY 14 5019 •

ETRO

• SAFILO GROUP / 0156 G •





CELINE

• DOĞAN OPTİK / CL50182I •

Calvin Klein Jeans

• MARCHON / CKJ26632 •





ITALIA INDEPENDENT

• TURKUAZ OPTİK / VITBELFPRCM048 •

LOEWE

• DOĞAN OPTİK / LW50125I •





MOSCOT

• ATÖLYE GÖZLÜK / LEMTOSH •

HENRY JULLIEN
MAISON LUNETIERE
DEPUIS 1921

• PLATIN OPTİK / SKYLIGHT 08 •





Just cavalli

• DE RIGO / VJC163 2GN •

MAX&Co.

• MERVE OPTİK / MO5173 •





Alexander Wintsch

• OPTISER GÖZLÜK / LOT AW 6374 •

Charlie max MILANO

• PB GÖZLÜK / GOTTARDO GCH6 •





LACOSTE

• MARCHON / L4025 400 •

MODO

• TURKUAZ OPTİK / 2005 •





Ana Hickmann
eyewear

• EXPERT OPTİK / AH 6712G G22G •

Polaroid
eyewear

• SAFILO GROUP / PLD D626 •





POLICE

• DE RIGO / VK170 T31 •

GUESS

• MERVE OPTİK / GU50234 •





AHLEM

• ATÖLYE GÖZLÜK / PONT DES ARTS •

Woodys

• OPTIC844 / KUBUS •





lafont.

• BDT OPTİK / UNLIMITED •

FOR ART'S SAKE

• OPTİSER GÖZLÜK / CLAUDIA XF032 GR •





ONE & ONLY

MADE IN ITALY

• ARMATİ GÖZLÜK / 6002 •

VAVA

• PB GÖZLÜK / BL0029 •





MILA·ZB
LOVE IN ITALY

• TURKUAZ OPTİK / MZ289V03 •



CONVERSE

• MARCHON / CV5149 •



FRENCH RETRO
PARIS

• BDT OPTİK / GUILIA •



• DELTA OPTİK / 583202 •



ZEUS+AIONE
HELLAS

• OPTIC844 / KOMOROS •

ROYSSE

• ADEMUR OPTİK / TB9016 •





DIDINSKY
READING GLASSES

• OPTİST GÖZLÜK / UFFIZİ CHERRY •

carven PARIS

• EXPERT OPTİK / CH036 CCDO •





Lee Cooper SINCE 1908
EYEWEAR

• ARIKAN GROUP / LC1413 •

HAWK

• MERVE OPTİK / HW8029 •





MOOSHU

• GÜLCE OPTIK / İSTANBUL 04 O •

ADAMyoung®

• BERRA OPTIK / AD2053 •





LONDON & LONDON® EYEWEAR

• KOZA OPTİK / LL694 •

Morlin Bron EYEWEAR

• ZENO GRUP OPTİK / MBO G6031 •





UNITED COLORS OF BENETTON.

• SARPA OPTİK / BE1150 •

olleyes

• MEKSAN OPTİK / RTA2313 •





QUANTUM
EYEWEAR

• ARIKAN GROUP / Q895 •

GENTS of LONDON

• EFOR OPTİK / GL GLO 43087T •





DANIEL KLEIN®
IT'S YOUR TIME

• DANIEL KLEIN GROUP / DKO1028 •

MÜNNICH

• HOCAOĞLU OPTİK / MO26 015 •





ena eyewear

• ZENO GRUP OPTİK / ENO 1010 •

CHOICE

• KAYATUR OPTİK / CH0130 •





Porto Romana®

• ZORLU GÖZLÜK / PR581 •

Safirex® nature

• SAFİRA GÖZLÜK / 1462 •



DOĞRU YOL,
İYİ TASARLANMIŞ
BİR SİSTEMLE BAŞLAR.

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / C5

KARMAŞIK OLAN İŞTİR. ÇÖZÜM DEĞİL.



WECO CT7 + E52

Sadelik. Kontrol. Güven.

Instagram

TÜRELİ MAKİNA
WECO Türkiye Distribütörü

0533 593 80 68 | 0212 522 11 60

Chloé



Hollywood'un yükselen yıldızlarından Sydney Sweeney, feminen çekiciliğini güçlü ve iddialı moda tercihleriyle yansıtıyor. Derin dekolteli siyah kıyafeti, boynunu saran şal detayı ve hacimli sarı dalgalarıyla sofistike bir görünüm yakalayan oyuncu, Chloé'nin keskin hatlı, geniş siyah çerçeveli güneş gözlüğüyle ve altın minimalist küpeleriyle stiline gizemli ve çarpıcı bir karakter katıyor.

One of Hollywood's rising stars, Sydney Sweeney expresses her feminine allure through bold, statement-making fashion choices. Exuding sophistication in a plunging black ensemble with a scarf detail wrapped around her neck and voluminous blonde waves, the actress adds an air of mystery and drama to her look with Chloé sunglasses featuring bold, angular black frames and minimalist gold earrings.

SYDNEY SWEENEY



TOM FORD

Gösterişli stilinden ödün vermeyen Jennifer Lopez, dramatik beyaz tüylerle hareketlenen kıyafetini Tom Ford'un maskülen çizgili güneş gözlüğüyle buluşturarak Hollywood ihtişamını yansıtıyor.

Never one to shy away from extravagant fashion, Jennifer Lopez pairs her dramatic white feathered ensemble with masculine-inspired Tom Ford sunglasses, embodying Hollywood glamour.

JENNIFER LOPEZ



Persol

Gümüş tonlardaki saçları ve hafif kirli sakalıyla karizmasını konuşturan Chris Pine, klasik siyah paltosuna bohem dokunuşlar katarak Persol güneş gözlüğüyle Hollywood şıklığına özgün bir hava veriyor.

With his silver hair and subtle stubble exuding mature charisma, Chris Pine adds bohemian touches to his classic black coat, lending Hollywood sophistication a distinctive flair with Persol sunglasses.

CHRIS PINE

OLIVER PEOPLES
LOS ANGELES

Jennifer Lawrence, doğal dalgalarla şekillenen sarı saçları ve renkli taşlı küpeleriyle romantik bir hava yakalarken, Oliver Peoples'ın çerçevesiz güneş gözlüğüyle nostaljik cazibeye modern sadelik katıyor.

Jennifer Lawrence exudes romantic charm with her softly tousled blonde waves and colorful gemstone earrings, adding modern simplicity to nostalgic allure with her rimless Oliver Peoples sunglasses.

JENNIFER LAWRENCE





VALENTINO

Oyunculuk kariyerinin yanı sıra moda dünyasındaki cesur seçimleriyle de öne çıkan Shay Mitchell, feminen cazibeyi deneysel stillerle buluşturmayı seviyor. Yeşil ve bakır tonlarında ışıltılı işlemelerle bezeli kıyafeti, doğal dalgalı saçları ve altın rengi çantasıyla göz kamaştıran yıldız, Valentino'nun dar oval formlu, çerçevesiz yapıdaki güneş gözlüğüyle görünümüne çarpıcı bir kontrast kazandırıyor.

Beyond her acting career, Shay Mitchell has made a name for herself in fashion with bold choices that blend feminine allure with experimental styling. Dazzling in an outfit adorned with shimmering green and copper embellishments, complemented by naturally wavy hair and a gold handbag, the star creates a striking contrast with Valentino rimless sunglasses featuring a narrow oval silhouette.

SHAY MITCHELL

GUCCI



Deri ceketinin güçlü siluetini geriye taranmış saçları ve gösterişli küpeleriyle pekiştiren Alia Bhatt, Gucci'nin metal detaylı, shield formlu güneş gözlüğüyle asi bir tavrı lüksün sofistike kodlarıyla buluşturuyor.

Alia Bhatt reinforces the bold silhouette of her leather jacket with slicked-back hair and statement earrings, merging a rebellious attitude with sophisticated luxury through her Gucci shield-style sunglasses.

ALIA BHATT



CELINE

Miley Cyrus kırmızı halıya taşıdığı bu rock stilinde, dağınık topuzu ve ışıltılı kıyafetiyle asi cazibesini konuşturuyor. Celine'in kalın siyah çerçeveli güneş gözlüğü ise bu görkemli estetiği taçlandırıyor.

Miley Cyrus channels her rebellious allure through a tousled updo and shimmering outfit, bringing rock-inspired style to the red carpet. Her bold black Celine sunglasses crown this glamorous aesthetic.

MILEY CYRUS



JACQUES MARIE MAGE

LOS ANGELES

Putting an unconventional spin on classic menswear with his pink tuxedo and matching bow tie, Jeremy Strong transforms retro elegance into an eccentric fashion statement with Jacques Marie Mage sunglasses.

Pembe smokini ve uyumlu papyonuyla kırmızı halıda klasik erkek giyimine sıra dışı bir yorum getiren Jeremy Strong, Jacques Marie Mage güneş gözlüğüyle retro şıklığı eksantrik bir tavra dönüştürüyor.

JEREMY STRONG

Kingsman x CUTLER AND GROSS



Sinema ve televizyon dünyasının ünlü aktörlerinden Pedro Pascal, karizmatik duruşunu zahmetsiz bir şıklıkla tamamlıyor. Beyaz tişört üzerine tercih ettiği siyah fermuarlı ceketi ve doğal bırakılmış dalgalı saçlarıyla rahat bir stil sergileyen başarılı oyuncu, Kingsman x Cutler and Gross tasarımı olan kalın siyah çerçeveli optik gözlüğüyle klasik maskülenliğe çağdaş bir yorum katıyor.

Having earned a devoted following through his memorable roles in film and television, Pedro Pascal complements his charismatic presence with effortless sophistication. Sporting a black zip-up jacket over a white T-shirt and naturally tousled waves, the acclaimed actor embraces a relaxed aesthetic, while his bold black optical frames from Kingsman x Cutler and Gross bring a contemporary edge to classic masculine style.

PEDRO PASCAL



PORSCHE DESIGN

Sokak stilinde sportif rahatlığı maskülen aksesuarlarla buluşturan Orlando Bloom, siyah şapkası ve katmanlı kolyelerini Porsche Design'ın gri polarize camlı, titanyum aviator güneş gözlüğüyle tamamlamış.

Blending sporty comfort with masculine accessories in his street style, Orlando Bloom pairs his black cap and layered necklaces with Porsche Design titanium aviator sunglasses featuring gray polarized lenses.

ORLANDO BLOOM



MaxMara

Doğal güzelliği ve yalın şıklığıyla dikkat çeken Adria Arjona, derin V yakalı bej üstünü Max Mara'nın büyük geometrik formlu güneş gözlüğüyle tamamlayarak şehir stiline modern bir tavır kazandırıyor.

Known for her natural beauty and understated elegance, Adria Arjona pairs her beige top with a plunging V-neckline and oversized geometric Max Mara sunglasses, bringing a modern edge to her urban style.

ADRIA ARJONA

CHANEL

Fransız şıklığını kendine has rahatlığıyla yorumlayan Mélanie Thierry, deri ceketi ve kasketiyle maskülen bir hava yakalarken, Chanel güneş gözlüğüyle zahmetsiz Paris stilinin inceliklerini sergiliyor.

Interpreting French chic with her laid-back attitude, Mélanie Thierry brings a masculine edge to her look with a leather jacket and newsboy cap, while her Chanel sunglasses embody effortless Parisian chic.

MÉLANIE THIERRY





RALPH LAUREN

Pop müziğin sınırlarını zorlayan güçlü vokali ve kendine özgü estetik anlayışıyla Ariana Grande, kırmızı halı stilinde romantik zarafeti modern dokunuşlarla buluşturuyor. Straplez elbisesini zarif bir pırlanta kolye ve kusursuz topuzuyla tamamlayan yıldız, Polo Ralph Lauren imzalı yeşil camlı, ince metal çerçeveli güneş gözlüğüyle görünümüne retro ve sofistike bir hava katıyor.

With her powerhouse vocals and distinctive aesthetic, Ariana Grande continues to push the boundaries of pop music while bringing romantic elegance and modern sophistication to the red carpet. Pairing her strapless gown with a delicate diamond necklace and a sleek updo, the star adds a retro touch to her look with Polo Ralph Lauren sunglasses featuring green-tinted lenses and a slender metal frame.

ARIANA GRANDE

Ray-Ban

Pistlerdeki rekabetçi ruhunu moda dünyasına da taşıyan Lewis Hamilton, Ferrari şapkası ve kırmızı sweatshirt'üyle sportif kimliğini vurgularken, Ray-Ban'in Kia güneş gözlüğüyle müthiş görünüyor.

Bringing his competitive spirit from the racetrack into the fashion world, Lewis Hamilton highlights his sporty identity with a Ferrari cap and red sweatshirt, looking effortlessly cool in Ray-Ban Kia sunglasses.

LEWIS HAMILTON





miu miu

Bridgerton dizisiyle yıldızı parlayan Yerin Ha, kahverengi deri ceketinin asi havasını Miu Miu'nun koyu bordo çerçeveli, gri camlı A06S güneş gözlüğüyle yumuşatarak özgün stilini ortaya koyuyor.

Rising star Yerin Ha softens the rebellious edge of her brown leather jacket with Miu Miu A06S sunglasses featuring deep burgundy frames and gray lenses, expressing her distinctive style.

YERIN HA



SAINT LAURENT

Klasik terzilik kodlarını asi bir tavırla yeniden yorumlayan Christopher Briney, kruvaze takım elbisesi üzerine giydiği deri ceketi ve Saint Laurent güneş gözlüğüyle genç kuşağın kuralsız moda anlayışını yansıtıyor.

Reinterpreting classic tailoring with a rebellious edge, Christopher Briney embodies Gen Z's rule-breaking approach to fashion, pairing his double-breasted suit with a leather jacket and Saint Laurent sunglasses.

CHRISTOPHER BRINEY



Göz Kapağı Sarkması Estetik Kaygının Ötesinde

Drooping Eyelids Beyond Cosmetic Concerns

Göz kapaklarında zamanla oluşan sarkmalar, yüz ifadesini değiştirmenin yanı sıra görme alanını da etkileyebiliyor. Doğru tedaviyi belirlemek için öncelikle sorunun fazla deriden mi, kapağı kaldıran yapılardan mı kaynaklandığının anlaşılması gerekiyor.

Eyelid sagging that develops over time can affect not only facial expression but also the field of vision. Choosing the right treatment first requires determining whether the problem stems from excess skin or the structures that lift the eyelid.

Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Dr. Öğr. Üyesi Habibe Topuz'un göz kapağı sarkmalarına ilişkin değerlendirmeleri, göz çevresindeki değişikliklerin yalnızca estetik açıdan ele alınmaması gerektiğine dikkat çekiyor. Üst göz kapağında biriken deri, özellikle ileri düzeyde olduğunda görme alanının üst bölümünü daraltabiliyor. Bu nedenle tedavi planlanırken görünümle birlikte göz sağlığının ve görme işlevinin de değerlendirilmesi önem taşıyor. Günlük dilde "göz kapağı sarkması" olarak tanımlanan görünüm, farklı nedenlerle ortaya çıkabiliyor. Yaşla birlikte cildin esnekliğini kaybetmesi sonucu üst kapakta fazla deri oluşmasına dermatoşalazis deniyor. Genetik özellikler, güneşe maruz kalma ve sigara kullanımı da ciltteki yaşlanma belirtilerini etkileyebiliyor. Pitozis olarak adlandırılan gerçek göz kapağı düşüklüğünde ise kapağın kenarı normalden daha aşağıda bulunuyor. Bu durum, kapağı kaldıran kasın veya bu kasla ilişkili yapıların işlevindeki değişikliklerden kaynaklanabiliyor. Kaşların aşağı inmesi de üst kapakta sarkma görünümünü artırabiliyor. Birbirine benzeyen bu durumlar, farklı tedaviler gerektirebiliyor.

Ophthalmologist and Assistant Professor Habibe Topuz, MD, emphasizes that changes around the eyes should not be viewed solely as cosmetic concerns. Excess skin on the upper eyelid can narrow the upper field of vision, particularly in advanced cases. Therefore, treatment planning should consider eye health and visual function as well as appearance. What is commonly described as "drooping eyelids" can have different causes. Excess skin that develops on the upper eyelid as the skin loses elasticity with age is known as dermatochalasis. Genetics, sun exposure and smoking can also influence signs of skin aging. In true eyelid ptosis, however, the eyelid margin sits lower than normal. This may result from changes in the function of the muscle that lifts the eyelid or its associated structures. Drooping eyebrows can also make upper eyelid sagging more noticeable. Although these conditions may look similar, they can require different treatments.





Tedavinin İlk Adımı Ayrıntılı Muayene

Değerlendirmede göz kapağının konumu, kasın çalışma gücü, kaş seviyesi ve göz yüzeyinin durumu birlikte inceleniyor. Göz kuruluğu, geçirilmiş göz ameliyatları, mevcut hastalıklar ve kullanılan ilaçlar da tedavi kararında rol oynuyor. Görme alanının etkilendiği düşünülen kişilerde görme alanı testi yapılabiliyor. Muayenenin amacı yalnızca fazla deriyi belirlemek değil; gözün rahat kapanmasını ve yüzeyinin korunmasını sağlayacak bir plan oluşturmak. Bu nedenle uygulanacak yöntem, kişinin göz yapısına ve ihtiyaçlarına göre seçiliyor.

Cerrahi Hangi Durumlarda Gündeme Geliyor?

Üst göz kapağındaki fazla derinin giderilmesinde uygulanan blefaroplasti, uygun hastalarda hem görünümü hem de sarkmaya bağlı görme alanı kısıtlılığını iyileştirebiliyor. Genellikle lokal anestezi altında yapılan işlemde, kapağın doğal kıvrımına uygun bir kesiyle fazla deri çıkarılıyor; gerekli görülürse yağ dokusuna da müdahale ediliyor. Gerçek kapak düşüklüğünde ise kapağı kaldıran yapıların düzeltilmesine yönelik farklı bir cerrahi işlem gerekebiliyor. Bazı kişilerde bu iki sorun birlikte bulunduğundan, tedavilerin birlikte planlanması mümkün olabiliyor. Her cerrahi işlemde olduğu gibi göz kapağı ameliyatlarında da riskler bulunuyor. Kanama, enfeksiyon, asimetri, göz kuruluğu ve kapağın kapanmasında güçlük gibi olasılıkların işlem öncesinde hekimle görüşülmesi gerekiyor.

Detailed Examination Comes First

The evaluation includes the eyelid position, muscle strength, eyebrow level and condition of the ocular surface. Dry eyes, previous eye surgeries, existing medical conditions and medications also influence treatment decisions. Visual field testing may be performed when vision is thought to be affected. The examination aims not only to identify excess skin but also to develop a plan that allows the eye to close comfortably and protects its surface. Therefore, the treatment method is selected according to each person's eye structure and needs.

When is Surgery Considered?

Blepharoplasty, performed to remove excess upper eyelid skin, can improve both appearance and the visual field restriction caused by sagging in suitable patients. Usually performed under local anesthesia, the procedure involves removing excess skin through an incision along the eyelid's natural crease, with fat tissue also addressed when necessary. True eyelid ptosis may require a different surgical procedure to correct the structures that lift the eyelid. Since some patients have both conditions, the treatments may be planned together. As with any surgery, eyelid procedures carry certain risks. Possible complications such as bleeding, infection, asymmetry, dry eyes and difficulty closing the eyelid should be discussed with the physician before surgery.





İyileşme Süresi Kişiden Kişiye Değişiyor

Ameliyat sonrasında şişlik ve morluk görülebiliyor. Günlük yaşama dönüş ve dokuların tamamen iyileşmesi; işlemin kapsamına, kişinin sağlık durumuna ve iyileşme özelliklerine göre değişiyor. Bu nedenle herkes için geçerli, kesin bir iyileşme süresinden söz etmek doğru olmuyor. Soğuk kompres, önerilen ilaçların kullanımı ve fiziksel aktivitelere dönüş konusunda cerrahın talimatlarına uyulması önem taşıyor.

Ameliyatsız Uygulamaların Sınırlarını Bilmek Gerekiyor

Göz çevresindeki ince kırışıklıklar ve cilt dokusundaki değişiklikler için, uygun kişilerde lazerle cilt yenileme gibi uygulamalar değerlendirilebiliyor. Ancak cilt yüzeyine yönelik işlemler, belirgin deri fazlalığını veya kapağı kaldıran yapılardaki sorunu her zaman gideremiyor. Bu nedenle cerrahiyle aynı sonucu sağlayacakları düşünülmemeli. Plazma temelli uygulamalar da risksiz işlemler olarak değerlendirilmemeli. Kullanılan cihaz ve tekniğe bağlı olarak yanık, leke, iz ve göz hasarı gelişebiliyor. Göz çevresine yapılacak her uygulamada, yöntemin kişiye uygunluğu ve gözün korunması öncelikli olmalı.

Recovery Time Varies From Person to Person

Swelling and bruising may occur after surgery. The return to daily activities and complete tissue healing vary depending on the extent of the procedure, the person's health and individual healing process. Therefore, it is not possible to establish a fixed recovery period for everyone. Following the surgeon's instructions regarding cold compresses, prescribed medications and resuming physical activities is important.

Understanding the Limits of Nonsurgical Treatments

For fine wrinkles around the eyes and changes in skin texture, procedures such as laser skin resurfacing may be considered in suitable patients. However, treatments targeting the skin surface cannot always correct significant excess skin or problems with the structures that lift the eyelid. Therefore, they should not be expected to provide the same results as surgery. Plasma-based procedures should not be considered risk-free either. Depending on the device and technique used, burns, discoloration, scarring and eye damage may occur. For any procedure around the eyes, suitability for the individual and protection of the eye should remain priorities.

Aniden Gelişen Düşüklük İhmal Edilmemeli

Zaman içinde gelişen değişikliklerden farklı olarak, göz kapağının aniden düşmesi gecikmeden tıbbi değerlendirme gerektiriyor. Buna çift görme, şiddetli baş ağrısı, göz bebeklerinde farklılık veya görme değişikliği eşlik ediyorsa acil değerlendirme önem taşıyor. Göz kapağı sarkmasında doğru yaklaşım, önce nedeni belirlemekten geçiyor. Kişiye uygun tedaviyle hedeflenen; görme işlevini koruyan, gözün rahat kapanmasını sağlayan ve yüzün doğal ifadesiyle uyumlu bir sonuç elde etmek.

Sudden Eyelid Drooping Should Not be Ignored

Unlike changes that develop gradually, sudden eyelid drooping requires prompt medical evaluation. If accompanied by double vision, severe headache, unequal pupil sizes or changes in vision, urgent assessment is essential. The right approach to drooping eyelids begins with identifying the cause. The goal of personalized treatment is to achieve a result that preserves visual function, allows the eye to close comfortably and maintains the face's natural expression.



SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / E7



Yeni Avrupa
Optik

Gala Optik



SAMSUN'DA YENİ BİR VİZYON SUNUYOR

"Silmo İstanbul, yalnızca yeni ürünleri keşfetmek değil, sektörün gelişim yönünü ve geleceğe yönelik eğilimleri değerlendirmek açısından da büyük önem taşıyor."

BRINGING A FRESH VISION TO SAMSUN

"Silmo İstanbul is not just about discovering new products, but also about understanding where the industry is heading and evaluating future trends."



Beyza Biçer

Merhaba Beyza Hanım. Öncelikle kendinizi tanıtarak optik sektörüne nasıl adım attığınızı okurlarımızla paylaşır mısınız?

Merhaba, ben Beyza Biçer. 1999 yılında Çorum'da doğdum ve büyüdüm. Aslında üniversite sınavına hazırlanırken hedefim öğretmen olmaktı. Sınava hazırladığım yıl, boş zamanlarımı evde geçirmek istemedim ve bir iş bulmaya karar verdim. Bu vesileyle Hakan Topal Bey'in sahibi olduğu Odak Optik'te çalışmaya başladım. Açıkçası o gün işe girerken, hayatımın yönünü değiştirecek bir adım attığımın farkında değildim. Zaman içerisinde gözlük ve optik sektörünü çok sevdim. İnsanlarla iletişim kurmak, onların ihtiyaçlarını anlamak, yüzlerine ve tarzlarına uygun gözlüğü birlikte seçmek ve işin hem teknik hem de estetik tarafını öğrenmek beni bu sektöre derinden bağladı. Böylece öğretmenlik hedefimin yerini optik sektörü aldı ve 2020 yılında İstanbul Beykent Üniversitesi Optisyenlik Bölümü öğrenimimi tamamladım. Mezuniyetimin ardından Hakan Bey'in yanında optisyen olarak çalışmaya devam ettim. Bugün geriye dönüp baktığımda, yolculuğumun beni Gala Optik'e kadar getirmiş olmasından çok mutluyum.

Hello, Ms. Biçer. Could you introduce yourself to our readers and tell us how you entered the optical industry?

Hello, I'm Beyza Biçer. I was born and raised in Çorum in 1999. Actually, my original goal was to become a teacher. While preparing for the university entrance exam, I decided to find a job rather than spend all my free time at home. That's how I started working at Odak Optik, owned by Hakan Topal. At the time, I had no idea I was taking a step that would change the course of my life. Over time, I developed a real passion for eyewear and the optical industry. Connecting with people, understanding their needs, helping them choose eyewear that suited their faces and personal styles, and learning both the technical and aesthetic sides of the business drew me deeply into the industry. My dream of becoming a teacher eventually gave way to a career in optics, and I graduated from the Opticianry Program at Istanbul Beykent University in 2022. After graduating, I continued working as an optician alongside Mr. Topal. Looking back today, I'm so happy that this journey has led me to Gala Optik.

Mesleğe ilk adımınızı attığınız Hakan Topal ile bugün iş ortağısınız. Bu ortaklık nasıl şekillendi?

Hakan Bey, bana bu mesleği öğreten kişi. Kendi mağazamı açmaya karar verdiğimde, bu yolculuğa güvendiğim biriyle çıkmak istedim ve kendisine ortaklık teklif ettim. O da fikrime sıcak yaklaştı ve birlikte yola çıkmaya karar verdik. Yıllar önce yanında çalışmaya başladığım insanla bugün kendi markamı kuruyor olmak benim için çok kıymetli. Üstelik Hakan Bey, mağazanın kuruluş sürecinde fikirlerimi hayata geçirebilmem için bana her zaman alan tanıdı. Pek çok konuda "Sen ne istiyorsan o olsun" diyerek beni destekledi. Bana duyduğu bu güvenin, ortaklığımızın en değerli yanlarından biri olduğuna inanıyorum.

You began your career working with Hakan Topal, who is now your business partner. How did this partnership come about?

Mr. Topal is the person who taught me this profession. When I decided to open my own store, I wanted to take this journey with someone I trusted, so I approached him with the idea of becoming partners. He was very receptive, and we decided to move forward together. Building my own brand today with the person I started working for years ago means a great deal to me. What's more, throughout the process of establishing the store, Mr. Topal always gave me the freedom to bring my ideas to life. On many occasions, he supported me by saying, "Whatever you want, let's do it your way." I believe the trust he has placed in me is one of the most valuable aspects of our partnership.

Gala Optik için Samsun'u tercih etmenizin nedenlerinden ve mağazanızın açılış sürecinden bahseder misiniz?

Kendi mağazamı açmaya karar verdiğimde aklımda pek çok soru vardı. Özellikle yıllardır yaşadığım şehirden ayrılıp başka bir yerde yeni bir düzen kurmak kolay değildi. Ancak artık Çorum dışında, daha büyük bir şehirde kendimi denemek, farklı müşterilerle tanışmak ve yeni fırsatları değerlendirmek istiyordum. Samsun hem Çorum'a yakınlığı hem de optik sektörünün önemli tedarik noktalarından olması nedeniyle bizim için doğru bir tercihti. Sonunda Atakum'da karar kıldık. Mağazamızın ismini belirlerken de anlamlı bir hikayesi olsun istedim. Çünkü hem ilk mağazamı açıyor hem de ilk kez başka bir şehirde yaşamaya başlıyordum. Birçok ilki temsil eden Gala adı böyle ortaya çıktı. Uzun hazırlıkların ardından 2025'in Ekim ayında da Gala Optik'in kapılarını açtık. O günü düşündüğümde hala aynı heyecanı duyuyor ve artık kendi hikayemi yazıyor olmanın mutluluğunu yaşıyorum.

Could you tell us why you chose Samsun for Gala Optik and how the store came to life?

When I decided to open my own store, I had a lot of questions on my mind. Leaving the city where I had lived for years and building a new life somewhere else wasn't easy. But I wanted to challenge myself in a larger city outside Çorum, meet different customers, and explore new opportunities. Samsun felt like the right choice for us, both because of its proximity to Çorum and its position as an important supply hub for the optical industry. We eventually settled on Atakum. When choosing a name for our store, I wanted it to have a meaningful story behind it. After all, I was opening my first store and moving to a new city for the first time. That's how the name Gala came about, representing so many firsts in my life. After months of preparation, we opened the doors of Gala Optik in October 2025. Whenever I think back to that day, I still feel the same excitement and happiness of finally writing my own story.



Gala Optik'in mağaza konseptini oluştururken nelere öncelik verdiniz?

Gala Optik'i tasarlarken önceliğimiz sade, şık, ferah ve modern bir alan oluşturmaktı. Mağazaya gelen herkesin kendisini rahat hissetmesini, ürünleri özgürce inceleyebilmesini ve keyifli bir alışveriş deneyimi yaşamasını istedik. Dekorasyonda da markamızın modern ve yeniliklere açık kimliğini yansıtmaya özen gösterdik. Müşteri deneyiminde ise samimiyet ve doğru danışmanlık bizim için çok önemli. Ziyaretçilerimizin yalnızca bir gözlük satın almakla kalmayıp kendilerine zaman ayrıldığını ve doğru ürünü seçerken desteklendiklerini hissetmelerini istiyoruz.

What were your priorities when developing Gala Optik's store concept?

When designing Gala Optik, our priority was to create a clean, stylish, spacious, and modern environment. We wanted everyone who walked through our doors to feel comfortable, browse our products freely, and enjoy their shopping experience. We also made sure the interior reflected our brand's modern identity and openness to innovation. When it comes to the customer experience, a personal approach and expert guidance are especially important to us. We want visitors to feel that they're not simply purchasing eyewear, but that we're taking the time to understand their needs and help them make the right choice.





Gala Optik'i Samsun'daki diğer optik mağazalarından farklı kılan özellikler neler?

Bence bizi farklılaştıran en önemli özelliklerden biri, mağazamızın modern çizgisini ürün seçkimize de yansıtmamız. Ray-Ban, Miu Miu, Dolce&Gabbana, Prada, Versace ve Serengeti gibi farklı tarzlara hitap eden markaları bir araya getiriyoruz. Marka seçiminde tasarıma, kaliteye, güncelliğe ve markanın sektördeki konumuna dikkat ediyoruz. Ben bütün markalarımı severek satıyorum. Bu nedenle "Gala'nın ruhunu tek bir marka yansıtıyor" diyemem. Aksine, Gala Optik'in ruhunun farklı markaların bir araya gelmesiyle oluştuğunu düşünüyorum. Kadın, erkek ve unisex modellerden oluşan seçkimizle, ağırlıklı olarak 25-50 yaş aralığında olsa da farklı yaş gruplarından müşterilerimizin beklentilerine yanıt vermeye çalışıyoruz. Moda dünyasını ve gözlük trendlerini yakından takip ederek ürünlerimizi güncel tutmaya özen gösteriyoruz. Gala Optik henüz çok genç bir marka ve bu da bize sürekli yenilenmek, kendimizi geliştirmek için ayrı bir heyecan veriyor.

What sets Gala Optik apart from other optical stores in Samsun?

I think one of the things that sets us apart is how we carry our store's modern aesthetic through to our product selection. We bring together brands that appeal to different styles, including Ray-Ban, Miu Miu, Dolce&Gabbana, Prada, Versace, and Serengeti. When selecting brands, we consider design, quality, how current their collections are, and their position in the industry. I genuinely enjoy selling every brand we carry, so I couldn't say that any single brand captures the spirit of Gala Optik. On the contrary, I believe Gala Optik's identity comes from bringing different brands together. With our selection of women's, men's, and unisex styles, we aim to meet the expectations of customers across different age groups, although most are between 25 and 50. We closely follow fashion and eyewear trends to keep our selection up to date. Gala Optik is still a very young brand, and that gives us an added sense of excitement about constantly evolving and improving.



Samsun'daki tüketicilerin gözlük tercihlerini ve öne çıkan tasarım eğilimlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Samsun'daki müşterilerin özellikle güncel parçaları ve trendleri takip ettiğini düşünüyorum. İnsanların artık gözlüğü yalnızca görme ihtiyacını karşılayan bir ürün olarak değil, tarzlarını tamamlayan önemli bir aksesuar olarak değerlendirdiğini gözlemliyoruz. Bu nedenle tek bir model ya da renk üzerinden konuşmak yerine, müşterinin kendi tarzını yansıtabileceği farklı seçenekler sunmanın daha doğru olduğunu düşünüyorum. Özellikle gündemde olan modeller ve tasarımlar müşterilerin ilgisini çekiyor. Ancak burada bizim için önemli olan, trend olan her modeli her müşteriye önermemektir. Amacımız, trend olan tasarımlarla kişinin yüzü, tarzı ve kullanım alışkanlığı arasında doğru dengeyi kurmaktır.

How would you describe eyewear preferences and emerging design trends among consumers in Samsun?

I think customers in Samsun are particularly interested in keeping up with the latest styles and trends. We've noticed that people no longer see eyewear simply as something that meets their vision needs, but also as an important accessory that complements their personal style. Rather than focusing on any particular model or color, I believe it's more important to offer a variety of options that allow customers to express their individuality. Trending styles and designs naturally attract attention, but that doesn't mean we recommend every popular frame to every customer. Our goal is to find the right balance between current trends and each person's facial features, personal style, and everyday wearing habits.





Sosyal medya ve dijital iletişim, Gala Optik'in tanıtımında ve müşterilerinizle kurduğunuz ilişkide nasıl bir rol oynuyor?

Sosyal medyayı Gala Optik'in dijital vitrini olarak görüyorum. Artık dünyanın herhangi bir yerinde öne çıkan bir gözlük modeli çok kısa sürede Türkiye'de de ilgi görebiliyor. Biz de bu hızlı değişime ayak uydurarak hem gündemdeki modelleri paylaşıyor hem de eğlenceli videolarla takipçilerimize ulaşmaya çalışıyoruz. Amacımız yalnızca ürün tanıtmak değil, insanların gözlük ve markalarla ilgili içeriklerimizi keyifle takip edebileceği samimi bir iletişim kurmak. Özellikle genç müşterilerimiz mağazamıza gelmeden önce bizi sosyal medya üzerinden tanıyabiliyor. Bu da dijital iletişimi hem marka bilinirliğimiz hem de müşterilerimizle kurduğumuz ilişki açısından önemli kılıyor.

What role do social media and digital communication play in promoting Gala Optik and building relationships with your customers?

I see social media as Gala Optik's digital storefront. These days, an eyewear style that gains attention anywhere in the world can quickly become popular in Türkiye as well. We keep pace with these rapid changes by sharing trending styles and connecting with our followers through entertaining videos. Our goal isn't simply to promote products, but to create a friendly connection through content that people genuinely enjoy following. Younger customers, in particular, often discover Gala Optik on social media before visiting our store. This makes digital communication an important part of both building brand awareness and strengthening our customer relationships.

Gala Optik'in geleceğine yönelik hedeflerinizden ve büyüme planlarınızdan bahseder misiniz?

Şu an en büyük hedefimiz mağazamızı Samsun'da daha geniş kitlelere tanıtmak ve güçlü bir marka kimliği oluşturmaktır. Henüz yolun başındayız. Bu nedenle yeni mağaza açmaktan çok müşteri memnuniyetine ve kendimizi geliştirmeye odaklanıyoruz. Gelecekte yeni mağazalar veya farklı yatırımlar elbette gündemimize gelebilir ancak bunun için henüz erken olduğunu düşünüyorum. Önceliğimiz sağlam temeller üzerinde büyümek. Benim için asıl önemli olan, Gala Optik denildiğinde insanların aklına güzel bir alışveriş deneyimi sunan güvenilir bir marka gelmesini sağlamaktır.

Could you tell us about your future goals and expansion plans for Gala Optik?

Right now, our biggest goal is to introduce Gala Optik to a wider audience in Samsun and establish a strong brand identity. We're still at the beginning of our journey, so rather than opening additional stores, we're focusing on customer satisfaction and continuously improving what we do. New stores or other investments may certainly be part of our future, but I believe it's still too early for that. Our priority is to grow on a solid foundation. What matters most to me is for people to associate Gala Optik with a trustworthy brand that offers a great shopping experience.

Silmo İstanbul Optik Fuarı'nın önemini ve sektöre katkılarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Silmo İstanbul, optik sektöründeki yenilikleri ve gelişmeleri yakından takip edebilmemiz açısından çok değerli bir organizasyon. Yeni sezon koleksiyonlarını, farklı tasarımları ve teknolojileri bir arada inceleme fırsatı sunuyor. Bizim gibi ürün ve marka seçimine önem veren işletmeler için Silmo İstanbul, yalnızca yeni ürünleri keşfetmek değil, sektörün gelişim yönünü ve geleceğe yönelik eğilimleri değerlendirmek açısından da büyük önem taşıyor. Ayrıca sektör profesyonelleriyle bir araya gelmek, yeni iş bağlantıları kurmak ve karşılıklı fikir alışverişinde bulunmak açısından da Silmo İstanbul'un önemli bir buluşma noktası olduğuna inanıyorum.

How do you assess the importance of the Silmo İstanbul Optical Fair and its contribution to the industry?

Silmo İstanbul is a valuable event for keeping up with innovations and developments in the optical industry. It offers an opportunity to explore new seasonal collections, different designs, and technologies all in one place. For businesses like ours that place great importance on product and brand selection, Silmo İstanbul is not just about discovering new products, but also about understanding where the industry is heading and evaluating future trends. I also believe the fair serves as an important meeting point for industry professionals to connect, establish new business relationships, and exchange ideas.







Değerli röportajınız için teşekkür ederiz. Son olarak 4 your eyes ile ilgili görüşlerinizi paylaşır mısınız?

Optik sektörünün sadece ticari yönüne değil; moda, tasarım, teknoloji ve göz sağlığı gibi birçok farklı alanına odaklanmanızı çok değerli buluyorum. 4 your eyes olarak sektördeki bizim gibi yeni markalara da kendilerini anlatabilecek bir alan açmanızın da çok kıymetli olduğunu düşünüyorum. Sektöre emek veren, tutkuyla bağlı olan diğer meslektaşlarım gibi Gala Optik'in hikayesini de okuyucularınızla paylaşma fırsatı verdiğiniz için asıl ben teşekkür ederim.

Thank you for this insightful interview. Finally, could you share your thoughts on 4 your eyes?

I truly appreciate that 4 your eyes covers not only the business side of the optical industry, but also areas such as fashion, design, technology, and eye health. I also think it's wonderful that you provide emerging brands like ours with a platform to share their stories. Just like my fellow professionals who are passionate about this industry and dedicated to their work, I'm grateful for the opportunity to share Gala Optik's story with your readers. In fact, I'm the one who should be thanking you.

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 6 / A3

Club Master



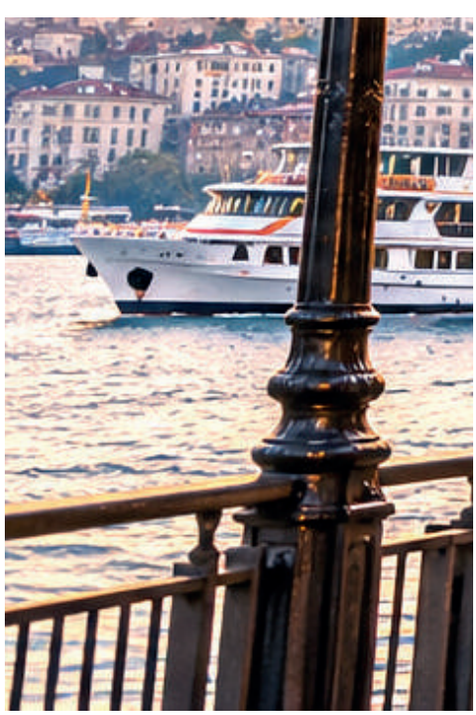
Safirex nature | Safirex KIDS "enjoy your childhood" | Club Master | Violette

+90 537 045 57 70
info@safiragozluk.com.tr
/safirex.eyewear

Karaköy'den Galata'ya, SOKAK SOKAK İSTANBUL

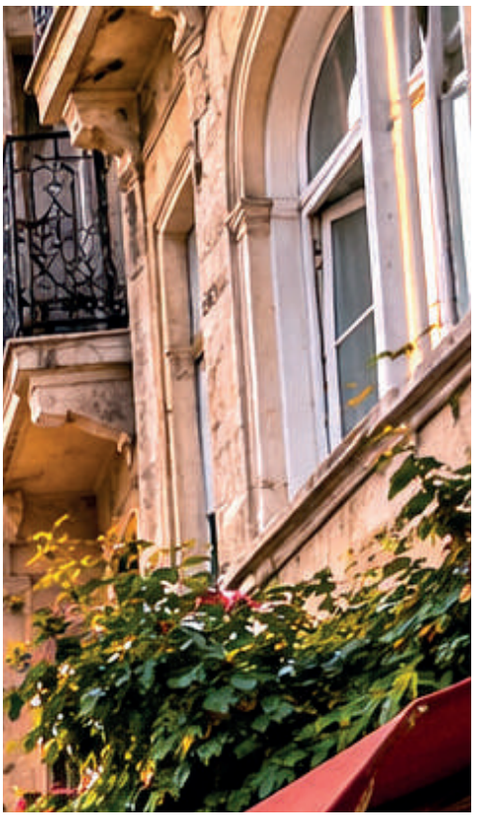
Denizin kıyısından tarihi merdivenlere, görkemli taş cephelerden küçük kahve molalarına... Karaköy'den Galata'ya uzanan bu yürüyüş, İstanbul'un ayrıntılarda saklı güzelliklerini keşfetmeye davet ediyor.

Karaköy'den Galata'ya yürümek, İstanbul'un farklı zamanlarına aynı gün içinde dokunmak gibi. Rıhtımda vapurların telaşı ve denizin kokusu karşılıyor sizi; iç sokaklarda eski hanlar ve küçük dükkanlar şehrin başka bir yüzünü gösteriyor. Yokuş yukarı çıktıkça taş cephelerin arasından Galata Kulesi beliriyor, adımlar kendiliğinden yavaşlıyor. Birkaç saatinizi ayırın, rahat ayakkabılarınızı giyin ve sokaklara biraz zaman tanıyın.









Istanbul Street by Street From Karaköy to Galata

From the waterfront to historic stairways, from magnificent stone facades to leisurely coffee breaks... This walk from Karaköy to Galata invites you to discover the beauty of Istanbul hidden in its details.

Walking from Karaköy to Galata feels like stepping into different chapters of Istanbul's history in a single day. Along the waterfront, the bustle of ferries and the scent of the sea greet you, while old commercial buildings and small shops reveal another side of the city. As you make your way uphill, Galata Tower emerges between stone facades, and your pace naturally slows. Set aside a few hours, put on comfortable shoes, and give yourself time to explore.



Karaköy Rıhtımı: Şehrin ritmine denizden başlamak

Karaköy'de güne başlamanın en güzel yollarından biri, rıhtımda birkaç dakika durup denizi izlemek. İskeleye yaklaşan vapurlar, Galata Köprüsü'ndeki hareketlilik ve suyun üzerinde dolaşan martılar, İstanbul'u anlatmak için fazla söze ihtiyaç bırakmıyor. Kıyıda kısa bir mola verin; bir yanda işine yetişenler, diğer yanda manzaraya dalıp zamanını unutanlar... Aynı yerde, herkesin başka bir İstanbul'u var.

Karaköy Waterfront: Starting the day by the sea

One of the best ways to begin your day in Karaköy is to pause along the waterfront and take in the view. Ferries approaching the docks, the activity on Galata Bridge, and seagulls circling above the water capture the spirit of Istanbul without a single word. Take a moment by the shore. Some people are rushing to work, while others are lost in the view, forgetting the time. Everyone has their own Istanbul, even in the same place.





Karaköy sokakları: Kahve kokusu ve eski cepheler

Rıhtımdan içeri doğru birkaç sokak yürüdüğünüzde kıyının hareketliliği yerini sohbetlere, fincan seslerine ve vitrinlerin önünde verilen küçük molalara bırakıyor. Karaköy'ün keyfi, eskiyle yeninin doğal biçimde yan yana durmasında. Hoşunuza giden bir kafede yer bulun, ardından çevredeki sokaklara göz atın. Başınızı kaldırmayı da unutmayın; balkon korkulukları, taş süslemeler ve eski kapılar, göz hizasındaki vitrinler kadar ilgi çekici.

Karaköy Streets: Coffee aromas and historic facades

A few streets inland from the waterfront, the lively atmosphere gives way to conversations, the clinking of coffee cups, and leisurely stops outside shop windows. Karaköy's charm lies in the effortless coexistence of old and new. Find a seat at a café that catches your eye, then explore the surrounding streets. Remember to look up. Balcony railings, stone ornaments, and old doorways can be just as fascinating as the storefronts at eye level.



Bankalar Caddesi: Taş cephelerin arasında bir yolculuk

Bankalar Caddesi'nde İstanbul'un daha ağırbaşlı bir yüzü karşılıyor sizi. Yüksek pencereler, gösterişli girişler ve taş cepheler, isteristemez başınızı kaldırmanıza neden oluyor. Bir kapının üzerindeki bezeme ya da köşede fark ettiğiniz küçük bir figür, caddenin bütününden daha uzun süre aklınızda kalabilir. Salt Galata'yı da rotanıza ekleyebilir, güncel programına göre gezinize bir sergi veya etkinlik molası katabilirsiniz. Pazartesi günleri kapalı olduğunu aklınızda bulundurun.

Bankalar Street: Among historic stone facades

On Bankalar Street, a more dignified side of Istanbul awaits. Tall windows, grand entrances, and stone facades naturally draw your gaze upward. A decorative detail above a doorway or a small figure tucked into a corner may stay with you longer than the street itself. Consider adding Salt Galata to your route, where an exhibition or event can offer a welcome break, depending on the current program. Keep in mind that it is closed on Mondays.

Kamondo Merdivenleri: Galata'ya kıvrılarak çıkan yol

Kamondo Merdivenleri, yürürken bir anda durup fotoğraf makinesine ya da telefona uzandığınız yerlerden. İki yana kıvrılan basamakları önce aşağıdan seyredin, sonra yukarı çıkıp bir de geriye dönün. Fotoğraf çekenlerin arasından geçip günlük yoluna devam edenler, buranın şehrin yaşayan bir parçası olduğunu hatırlatıyor. Ardından Galata'ya doğru yürümeye devam edin. Yokuş biraz nefesinizi kesebilir ama her köşede karşınıza çıkan başka bir ayrıntı, durmak için güzel bir bahane sunuyor.

Kamondo Stairs: Winding path toward Galata

Kamondo Stairs is one of those places that makes you stop midwalk and reach for your camera or phone. Admire the sweeping curves of the steps from below, then climb to the top and turn around for another look. Locals making their way past visitors taking photographs remind you that this landmark remains part of the city's everyday life. From here, continue toward Galata. The uphill walk may leave you a little breathless, but every corner reveals another detail worth stopping for.



Galata Kulesi ve çevresi: Sokakların arasından beliren İstanbul

Galata Kulesi'ni ilk kez görüyor da olsanız defalarca önünden geçmiş de olsanız, dar bir sokağın sonunda karşınıza çıktığında dönüp bir daha bakıyorsunuz. Meydana yaklaştıkça sesler çoğalıyor, farklı diller birbirine karışıyor. Burada biraz vakit geçirin, ardından çevredeki sokaklara girerek kuleyi başka açılardan görmeyi deneyin. İki binanın arasına sığan görüntüsü, uzaktan gördüğünüz siluetinden bambaşka bir his veriyor. Güzel bir fotoğraf için bazen birkaç adım daha yürümek gerekiyor.

Galata Tower: Istanbul unfolds between the streets

Whether you're seeing Galata Tower for the first time or have passed it countless times, catching sight of it at the end of a narrow street makes you look twice. As you approach the square, the sounds grow louder and different languages mingle. Spend some time here, then wander through the surrounding streets to discover new perspectives of the tower. Framed between two buildings, it creates an entirely different impression from its familiar silhouette seen at a distance. Sometimes the perfect photograph is just a few steps away.





Serdar-ı Ekrem Caddesi: Vitrinlere bakıp kahveyi uzatmak

Yürüyüşü Serdar-ı Ekrem Caddesi'ne doğru sürdürün. Vitrinlere bakarak ilerlerken yolunuzu biraz uzatmaktan çekinmeyin. İlginizi çeken bir dükkana girin, bir yan sokağa göz atın ya da pencere kenarında boş bir masa bulduğunuzda oturun. Kahvenin yanına söyleyeceğiniz küçük bir tatlı, yokuşların ardından iyi geliyor. Dışarıda yürüyenleri izlerken belki dönüşte hangi sokaktan geçeceğinize karar veriyorsunuz. Fincan boşalsa da masadan hemen kalkmak istemiyorsanız, yürüyüşü bitirmek için doğru yeri bulmuşsunuz demektir.

Serdar-ı Ekrem Street: Window Shopping and Coffee Breaks

Continue your walk toward Serdar-ı Ekrem Street. As you browse the shop windows, don't hesitate to take a little detour. Step into a store that interests you, explore a side street, or settle into an empty seat by a window. A small dessert with your coffee feels especially rewarding after all those hills. Watching people pass outside, you might find yourself deciding which streets to explore on your way back. And if your cup is empty but you're in no hurry to leave, you've found the perfect place to end your walk.



YENİ / *NEW*
PEUGEOT 308

Eşsiz Sürüş Keyfi

Exceptional Driving Pleasure

Peugeot'nun C hatchback segmentindeki güçlü temsilcisi 308, yenilenen tasarımı, teknolojik donanımları ve modern sürüş özellikleriyle Türkiye yollarına çıktı.

Yeni Peugeot 308; aydınlatmalı ön ızgarası, üç pençe formundaki ışık imzası ve aerodinamik gövde detaylarıyla daha dinamik ve dikkat çekici bir görünüme kavuşuyor. Yeni model Türkiye'de 130 HP güç ve 300 Nm tork üreten 1.5 BlueHDi dizel motor ile sunuluyor. Motor, 8 ileri EAT8 otomatik şanzımanla eşleştirilirken model 0'dan 100 km/s hıza 10,6 saniyede ulaşıyor. WLTP verilerine göre 100 kilometrede 5,1 litre birleşik yakıt tüketimi sunması, 308'i özellikle uzun yol ve günlük kullanım arasında dengeli bir seçenek haline getiriyor. Kabinde Peugeot'nun karakteristik i-Cockpit tasarımı öne çıkıyor. 10 inç dijital gösterge paneli ve 10 inç HD dokunmatik multimedya ekranının yanı sıra kablosuz bağlantı, kablosuz şarj ve çeşitli sürüş destek sistemleri kullanıcı deneyimini güçlendiriyor. GT versiyonunda 3D dijital gösterge paneli, Matrix LED farlar, 360 derece kamera sistemi ve özel iç mekan detayları gibi daha kapsamlı donanımlar sunuluyor. Allure ve GT olmak üzere iki farklı donanım seviyesiyle satışa sunulan yeni 308; sportif tasarımını günlük kullanım konforu ve gelişmiş teknolojilerle birleştiriyor. 412 litrelik bagaj hacmiyle günlük kullanımda pratiklik sunan model, yenilenen tasarımını dizel motor ve otomatik şanzıman konforuyla tamamlıyor. Yeni Peugeot 308, tasarım, verimlilik ve teknolojiyi aynı potada buluşturuyor.



Peugeot's strong contender in the C-segment hatchback category, the 308, has hit the roads in Türkiye with a refreshed design, advanced technology, and modern driving features.

The new Peugeot 308 boasts a more dynamic and striking appearance with its illuminated front grille, signature three-claw lighting design, and aerodynamic body details. In Türkiye, the new model is offered with a 1.5 BlueHDi diesel engine producing 130 hp and 300 Nm of torque. Paired with an eight-speed EAT8 automatic transmission, the engine enables the 308 to accelerate from 0 to 100 km/h in 10.6 seconds. According to WLTP figures, its combined fuel consumption of 5.1 liters per 100 kilometers makes the 308 a well-balanced choice for both long-distance travel and everyday driving. Inside, Peugeot's signature i-Cockpit design takes center stage. A 10-inch digital instrument cluster and a 10-inch HD multimedia touchscreen are complemented by wireless connectivity, wireless charging, and a range of driver assistance systems. The GT version offers additional features, including a 3D digital instrument cluster, Matrix LED headlights, a 360-degree camera system, and distinctive interior details. Available in two trim levels, Allure and GT, the new 308 combines sporty styling with everyday comfort and advanced technology. Offering 412 liters of trunk space for daily practicality, the model complements its refreshed design with the comfort of a diesel engine and automatic transmission. The new Peugeot 308 brings design, efficiency, and technology together in one compelling package.

YAPAY ZEKA DESTEKLİ TAŞINABİLİR PROJEKTÖR

Samsung, yeni The Freestyle+ ile taşınabilir projeksiyonu AI ile geliştiriyor. 430 ISO lümenli cihaz, AI OptiScreen ile görüntüyü yüzeylere otomatik uyarlıyor. 180° dönebilen dönebilen cihaz pratik kullanım sunuyor.

AI-POWERED PORTABLE PROJECTOR

Samsung upgrades portable projection via AI with the new The Freestyle+. Delivering 430 ISO lumens, its AI OptiScreen automatically adapts images to surfaces, while the 180° rotating design ensures practical utility.



66,8 MEGAPİKSEL PROFESYONEL FOTOĞRAF MAKİNESİ

Sony'nin yeni Alpha 7R VI profesyonel fotoğraf makinesi 66,8 megapiksel tam kare Exmor RS sensörü ve AI destekli Bionz XR2 işlemcisiyle yüksek çözünürlük ile saniyede 30 kareye kadar hızı birleştiriyor.

66.8-MEGAPIXEL SPEED BEAST

Merging high resolution with velocity, Sony's new Alpha 7R VI pairs a 66.8-Megapixel full-frame Exmor RS sensor with an AI-driven Bionz XR2 processor, delivering rapid burst shooting at up to 30 fps.





YÜKSEK HIZLI TAŞINABİLİR SSD

SanDisk, yeni Extreme Pro Portable SSD ile yüksek kapasiteli dosyalar için hızlı ve dayanıklı bir depolama sağlıyor. 4.000 MB/s hızıyla yüksek veri güvenliği sunan cihaz, profesyonellere hitap ediyor.

HIGH-SPEED PORTABLE SSD

SanDisk ensures fast, highly durable storage for high-capacity files with its new Extreme Pro Portable SSD. Securing 12K footage through AES-256 encryption at 4,000 MB/s, it caters to professionals.

YENİ NESİL KABLOSUZ KULAKLIK



Sony'nin WF-1000XM6 kablosuz kulaklığı, gelişmiş gürültü engelleme teknolojisini kompakt ve ergonomik bir tasarımla bir araya getiriyor. HD Noise Cancelling Processor QN3e ve Integrated Processor V2 ile daha detaylı ve dengeli ses sunan model, uzun süreli kullanıma uygun yapısıyla öne çıkıyor.

NEXT-GEN WIRELESS EARBUDS

Sony's WF-1000XM6 wireless earbuds merge advanced noise cancellation with a compact, ergonomic design. Driven by the HD Noise Cancelling Processor QN3e and Integrated Processor V2 for detailed, balanced audio, the WF-1000XM6 model excels with an incredibly durable, comfortable build.

Çözümde Ortağınız, Kalitede Güvenceniz.

Optik sektörünün ihtiyaçlarını yakından tanıyor, yenilikçi tasarımlarımız ve üretim gücümüzle optik mağazalarına özel çözümler sunuyoruz.





Mikrofiber Bezler



Markanıza Özel Çantalar



Gözlük Kılıfları

www.arenkozmetik.com

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI
SALON 5 / B6

AREN

Sinema



Aşk Tesadüfleri Sever 3

Vizyon Tarihi *Vision Date*:
20 Kasım *November* 2026
Yönetmen *Director*:
Ömer Faruk Sorak, İpek Sorak

Ömer Faruk Sorak'ın yönettiği sevilen romantik seri Aşk Tesadüfleri Sever, Mehmet Günsür ve Devrim Özkan'ın etkileyici performanslarıyla 20 Kasım itibarıyla yeniden beyazperdeye dönüyor.

Directed by Ömer Faruk Sorak, the hit romantic drama series Aşk Tesadüfleri Sever returns to the big screen, showcasing captivating lead performances by Mehmet Günsür and Devrim Özkan.

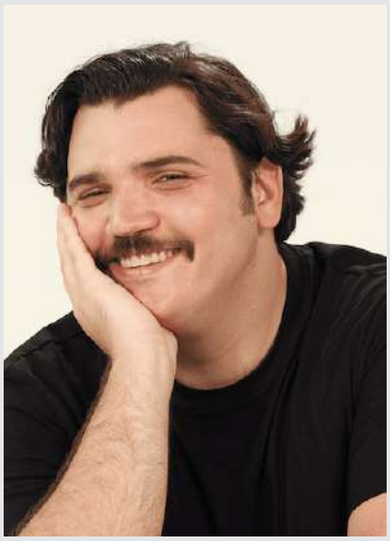
Zor Baba 4

Vizyon Tarihi *Vision Date*:
25 Kasım *November* 2026
Yönetmen *Director*: John Hamburg

Aile ilişkileri ve kuşak çatışmasını muhteşem bir mizahla ele alan Zor Baba serisinin bu yeni yapımında Robert De Niro ve Ben Stiller'ın birlikteliğine bu kez Ariana Grande de katılıyor.

Blending family dynamics and generational conflict with extraordinary humor, the new Meet the Parents sequel welcomes Ariana Grande to the duo of Robert De Niro and Ben Stiller.





Berk Türkmani

21 Kasım *November* 2026
L'alibi Meşelipark, Bursa

Berk Türkmani kendine özgü gözlem ve anlatım diliyle hazırladığı stand-up gösterisiyle Bursa seyircisinin karşısına çıkıyor. Günlük yaşamın içinden tanıdık durumları ve kişisel gözlemlerini mizahla buluşturan Türkmani, Bursa'da L'alibi Meşelipark sahnesinde olacak.

Berk Türkmani takes the stage for the Bursa audience with his stand-up show, shaped by a unique observational style. Seamlessly blending relatable daily life scenarios with witty humor, Türkmani is slated to captivate comedy lovers at Bursa's L'alibi Meşelipark venue.



SİBEL CAN

13 Kasım *November* 2026
Congresium Ankara, Ankara

Türk müziğinin sevilen isimlerinden Sibel Can, geniş repertuvarı, güçlü ve izleyicilerini büyülen eşsiz sahne performansıyla Ankara'da müzikseverlerle buluşuyor.

A beloved icon of Turkish music, Sibel Can is set to meet music lovers in Ankara with her vast repertoire, powerful voice, and an unparalleled, mesmerizing stage performance.



ROCK SYMPHO SHOW IV

9 Kasım *November* 2026
Ahmed Adnan Saygun
Sanat Merkezi, İzmir

İkonik rock parçalarının senfonik düzenlemelerle yeniden yorumlandığı Prime Orchestra- Rock Sympho Show IV 9 Kasımda İzmir'i coşturacak.

Reimagining iconic rock tracks with grand symphonic arrangements, the Prime Orchestra-Rock Sympho Show IV is set to electrify Izmir on Nov 9.

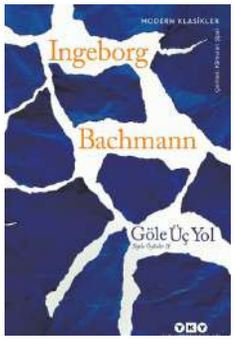
Tiyatro



Dokundun Sen Bana
D.H. Lawrence

Dokundun Sen Bana, Batı uygarlığının doğadan kopardığı insanı yarı ölüleştirdiğini savunur. D. H. Lawrence evlilik, kadın-erkek ilişkileri ve cinsellik üzerinden, zihin ve beden bütünlüğünü koruyan doğal bir yaşamı cesurca öne çıkarır.

A Turkish anthology of 14 stories, You Touched Me captures D. H. Lawrence's sharp critique of industrial society. Through themes of marriage and sexuality, it boldly champions a holistic approach to healing mind, body, and soul.



Göle Üç Yol
Ingeborg Bachmann

Ingeborg Bachmann'ın beş öyküsünü birleştiren Göle Üç Yol, beş farklı kadın üzerinden dil, kimlik ve yalnızlığı ele alıyor. Bachmann, insanın kendisini ve dünyayı anlamlandırma çabasını kimi zaman kelimeler kimi zaman da sessizlik üzerinden başarıyla sorguluyor.

Uniting five stories, Three Paths to the Lake explores language, identity, and isolation through five distinct women. Bachmann masterfully questions humanity's search for meaning, navigating the fragile space between spoken words and profound silence.



Kürk Mantolu Madonna

11 Kasım *November* 2026
Kocaeli Alternaif Sahne, Kocaeli

Sabahattin Ali'nin unutulmaz eseri Kürk Mantolu Madonna, Raif Efendi ile Maria Puder'in hikayesini sahneye taşıyor. Oyun yalnızlık, aşk, hatıralar ve insanın kendisini keşfetme sürecini şiirsel bir anlatımla ele alıyor.

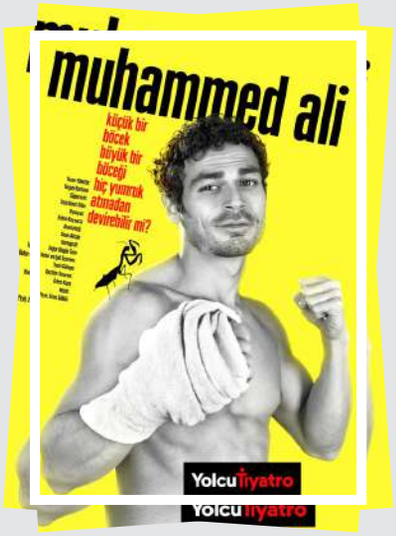
Bringing Raif Efendi and Maria Puder's tale to the stage, Sabahattin Ali's timeless Madonna in a Fur Coat explores isolation, love, memories, and self-discovery with a masterfully poetic theatrical narrative.

Muhammed Ali

30 Kasım *November* 2026
Türkan Şoray Kültür Merkezi, Antalya

Toplumsal baskılar ile bireysel özgürlük arasında sıkışan bir gencin dönüşüm ve direnme hikayesini anlatan Muhammed Ali, ring metaforu üzerinden kayıplara, geçim sıkıntısına, aşka, cesarete ve yenilgiye bakıyor.

Depicting a youth's resistance trapped between social pressures and personal freedom, the play Muhammed Ali uses a ring metaphor to examine loss, poverty, love, courage, and defeat through a highly acclaimed lens.





Tahsin Hasoğlu

28 Kasım *November* 2026
01 Burda PGM Sahne, Adana

Sosyal medyadaki videoları ve BKM Mutfak performanslarıyla tanınan Tahsin Hasoğlu, tek kişilik etkileyici stand-up gösterisiyle Adana 01 Burda PGM Sahne'de izleyicilerle buluşacak.

Renowned for his viral social media videos and BKM Mutfak gigs, Tahsin Hasoğlu is set to meet comedy enthusiasts with his compelling solo stand-up show at Adana 01 Burda PGM Stage.

FUJILIFE FARKLI YAŞAM TARZLARINA SAHİP KULLANICILARIN BEKLENTİLERİNİ KARŞILAMAK ÜZERE GELİŞTİRİLMİŞ, KİŞİYE ÖZEL PROGRESSIVE TASARIM





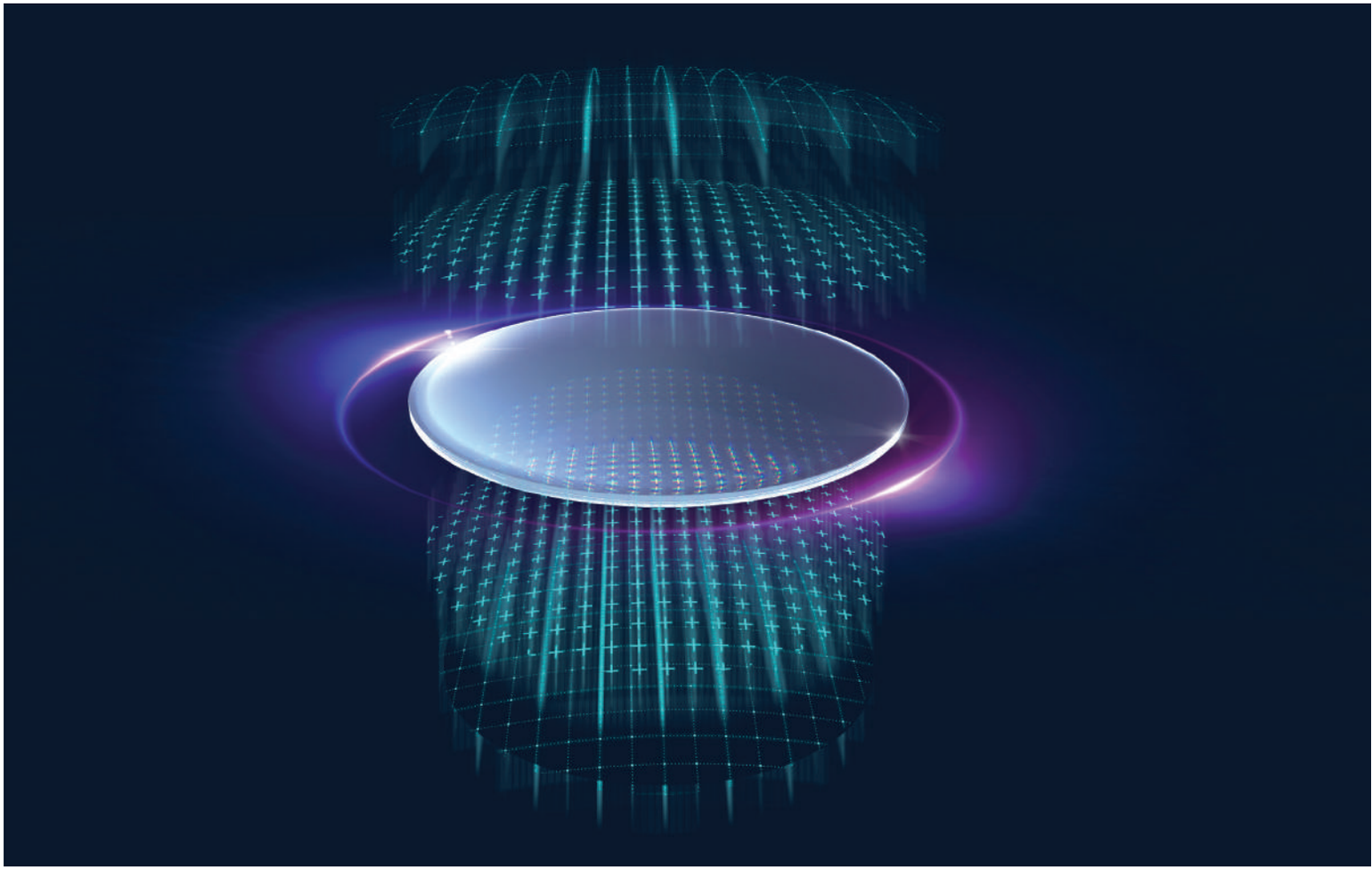
FUJILIFE, farklı yaşam tarzlarına sahip kullanıcıların beklentilerini karşılamak üzere geliştirilmiş, kişiye özel bir Progressive tasarımdır.

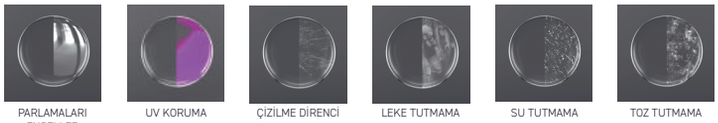
FreeFlow teknolojisinin sağladığı avantaj sayesinde, cam yüzeyinde oluşan istenmeyen astigmatik alanları minimize eder. Böylece, hareketli yaşam koşullarında bile kullanıcılara ekstra konfor sunar.

FUJI
OPTICAL LENSES

SatinNatura

MİNİMUM YANSIMA, TÜM BAKIŞ AÇILARINDA DAHA NET VE KESKİN GÖRÜŞ





Satin Natura, yeni geliştirilen katman yapısı ve üretim sürecinde kullanılan üstün materyaller sayesinde yüzey geçirgenliğini optimize eder.

Geçirgenlik oranını %99,8'e kadar yükseltir; ışığın hangi açıdan geldiği fark etmeksizin yansımaları minimuma indirir. Yoğun ışıklı ortamlarda bile üstün şeffaflık sunarak, kullanıcısına mükemmel bir görüş ve doğal bir görünüm sağlar.

SILMO
İSTANBUL
OPTİK FUARI

18 >21 **KASIM** 2026
İSTANBUL FUAR MERKEZİ
HALL **7** STAND NO **E19**

FUTURE NOW !

www.fujiopticallenses.com


VALENTINO ORLANDI
It's Art Time.
Wear the Masterpiece.
DANIELKLEIN GROUP