

Amerikan ve Avrupa tarzını çok iyi biliyorum. Türkiye'ye geldim ve şaşırđım Ruslar nasıl bu kadar abartılı şeyler giyerler diye. Ama sonra özümstedim. Tasarımın ana noktası hedef kitlenizi çok iyi etüt etmek. Siz çok iyi gözlemlediğiniz zaman o kadının ne istediğini anlayabiliyorsunuz ve ona göre veriyorsunuz. Bu Amerikalı kadını da anlamak, bir Türk kadını da anlamak, aralarında çok az fark var şu an için. Eskiden biraz daha farklılardı. Fakat şu anda herkes genel bir potada eriyor, farklar azaldı. Bundan sonra da zannedersem kişisel farklılıklar söz konusu olacak. Artık markalaşma devri kapanıyor. Türkiye'de marka dendiği zaman ben bir marka giyerim demek oluyor. Dünyada ise artık imaj öne çıkıyor, kişi kendi imajını önemseyerek markayı kendi imajının arkasına almaya başladı. Bu yeni bir gelişme. Artık dünyada Rus olsun, Türk olsun farklı kişilerin farklı imajları ön plana çıkmaya başladı. Kùltürler nasıl birbirine yaklaşıyorsa haute couture ile seri üretim de birbirine yaklaşıyor. Bundan dolayı ülkesel bazda ayrımlar değil de kişisel bazda ayrımlar söz konusu olacak.

**Bir modacı olarak trendleri takip ediyor musunuz?**

Trendleri tabii ki takip ediyorum, her fuara gidiyorum. Eskiden insanlar Türkiye'den giderlermiş, modelleri alırlarmış ve aynen kullanırlarmış. Artık öyle değil. Biz artık o niyetle gitmiyoruz fuarlara. Biz fuarlara artık orada neler oluyor, onu görmek için gidiyoruz. Şu anda Türkiye'de olmamın sebebi de bu. Eskiden hiç kimse senden tasarım istemiyordu. Bir firmaya size tasarım yapayım elimde şunlar var diye gittiğim zaman bana çok komik cevaplar veriyorlardı. Ama şu anda fason yok artık kimse fason istemiyor. Bu anlamda ben şu anda Türkiye'de olmaktan memnunum. Renkler zaten enteresan. Herkes bu senenin rengi ne olacak diyor, şu kesin ki geçen seneki renk olmayacak bir defa. Çünkü moda olması için farklı olmak zorunda. Şu anda kartela çok geniş, tek bir renk yok. Örneğin şimdi toprak tonları da var, toprak tonlarının bir yelpazesi var, yanında son derece canlı renklerin

