



Türkiye'de giyim sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'de çok fazla özel tasarımcı, kişisel marka çıkıyor ancak bunun çok iyi bir gelişme olduğunu söyleyemeyiz. Yurt dışı ile Türkiye arasında çok ciddi bir yol farkı var. Yanlışların bütün faturasını tasarımcılara çıkarıramam. Yurt dışında çalışmak için mutlaka eğitim görmüş olmak gerekiyor, "Çok zevk sahibiyim" demek yetmez. İlk önce firmalarda tecrübe edinilir, hemen butik açılmaz; yılları alan bir çalışmadan sonra, dikkat çekmeye başlarsınız. Mesela Donna Karan önce Ann Klein'da tasarımcılık yaptı. Tasarımları ilgi görünce adı duyulmaya başlandı. Ann Klein veya herhangi bir firma zaten tasarımcısını gizlemez Türkiye'dekinin aksine. Donna Karan, bunun sonrasında bir finansörle işbirliği yaptı ve DKNY markasını kurdu. Belirli bir butikten çok alışveriş merkezlerinde "Department Store"larda satış yaptılar. Türkiye'de ise fason üretim anlayışından geliyor, firmalar tasarım olarak büyümediler. Son zamanlarda ise tasarımcılar markalaşmak için, kendi tasarımcılarını işe almaya başladılar. Ancak Türkiye'de yurt dışındaki gibi giyim, tasarım konusunda eğitim veren kurum çok az. İTÜ bunlardan biri. Firmaların en büyük eleştirisi şu; tasarımcıların sadece çizimi var, ama onu 3 boyutlu hale getiremiyorlar. Modelistler de anlayamıyorlar. Bu nedenle Türk tasarımcılarla çalışılmıyor.

Butiğinin dekoru da sizi yansıtıyor, her aşamasında ilgilendiniz mi?

Evet, butiğin tasarımını da ben yaptım. Duvarda asılı olan ve kapıdaki çizimler de benim. Butiğin her köşesinde benden dokunuşlar var.

Modanın renk bilimcisi

Moda felsefenizi nasıl açıklarsınız?

Yani moda felsefem var ama, "Bu tamamen bana ait" diyemem. Yurt dışında uygulanan felsefeyi ben de izliyorum. Koleksiyon oluşturmada bir standart olmak zorundadır. Moda değişken bir kavramdır; renkler, kalıplar değişir. Dinamik bir piyasadır. Tasarımcılar bu neden-

le çok donanımlı olmak zorunda. Esas dikkat edilmesi gereken nokta satıştır. Satışta benim kullandığım en önemli öge herkese hitap edebilecek koleksiyonlar hazırlamak. Piyasaya özel, kapsül koleksiyonlar hazırlıyorum. Piyasaya özel bir koleksiyon hazırlanır, daha sonra aynı mantalite daha küçük çapta kişiye özele de yansıtılır. Piyasanın isteğinin genel bir çerçevesi vardır. Yani Rus piyasası ve ABD piyasasının talepleri farklıdır. Kişiye özel de kişiyi tanıyorsunuz, ihtiyaçlarını gözlemliyorsunuz; piyasa da ise piyasayı gözlemliyorsunuz.

Aynı zamanda renk bilimci sıfatınız da var. Bu tasarımlarınıza nasıl yansıyor?

Evet, İTÜ Mimarlık Fakültesi'nde Renk Kuramı dersi veriyorum. Renk bilimcisini tanımlayalım önce. Bütün renkler birbiriyle kombine olabilir, ama tonlar birbiriyle çatışır. Ben renklerin algısı, tonların pigmentleri üzerine çalışıyorum. Filli Boya'yla, Magic Life tesisleriyle, Dome Mimarlık'la renk seçimleri üzerine çalıştım. Kırmızıyı herkes giyebilir ancak farklı tonları seçilip ten rengine en çok yakışan bulunmalıdır.

Nişantaşı hakkında ne düşünüyorsunuz?

Nişantaşı'nda olmaktan memnunum. Burayı tesadüf olarak açtım! Bilerek tercih etmedim ama sonuç olarak çok güzel oldu. Abdi İpekçi'nin gelişimi son 2-3 yılda çok fazla arttı. Yabancı firmaların burada olması profili çok yükseltti. Ben Türkiye'ye yabancı firmaların gelmesinden de çok memnunum, rekabeti, kaliteyi arttırıyorlar çünkü. Nişantaşı, bu açıdan İstanbul'un en başarılı semtlerinden.

