

1. “Vitrine de Pierre Cardin” - Vitrin Tasarımı Yarışması

Aydınlı Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümü'nün işbirliğiyle düzenlenen “Vitrine de Pierre Cardin” - Pierre Cardin Vitrin Tasarımı Yarışması, genç tasarımcıların sanatsal gelişimlerine katkıda bulunmayı, vitrin tasarımı anlayışına yeni ve farklı bir bakış açısı getirmeyi ve endüstri-üniversite işbirliğine katkı sağlamayı amaçlıyor.

1. “Vitrine de Pierre Cardin” - Vitrin Tasarımı Yarışması, öğrencilik yıllarını başarıyla taçlandırmak isteyen tüm genç tasarımcıların katılımını bekliyor.

Başvuru formaları ve ayrıntılı bilgi:

Katılımcı üniversitelerin fakültelerinin dekanlıklarında veya bölüm sekreterliklerinde ve www.aydinli.com.tr, www.mgsu.edu.tr adreslerinde

SON BAŞVURU TARİHİ: 28 NİSAN 2010

Aydınlı Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümü'nün işbirliğiyle düzenlenen

“Vitrine de Pierre Cardin”

Vitrin Tasarımı Yarışması

ŞARTNAME

Konu

Aydınlı Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümü, Pierre Cardin markasının 2010-2011 Sonbahar-Kış Sezonu vitrini için “Vitrine de Pierre Cardin” isimli bir vitrin tasarımı yarışması düzenlemektedir.

Amacı

Yarışmanın amacı, genç tasarımcıların sanatsal gelişimlerine katkıda bulunmak, vitrin tasarımı anlayışına yeni ve farklı bir bakış açısı getirmek ve endüstri-eğitim işbirliğine katkıda bulunmaktır.

Kendine özgü, farklı ve yeni önermelerin bir bütünlük içerisinde sunulmasını hedefleyen yarışmanın mağazacılık ilkeleri kapsamında tasarlanması gerekmektedir. Bu fikre dayalı olarak, tasarımların yüksek görsel kaliteyi barındırması ve vitrin tasarım kavramına yeni bir bakış açısı getirmesi beklenmektedir. Ayrıca tasarımların kolay değiştirilebilirliği, kullanım kolaylıkları ve kullanılan malzemelerin günümüz teknolojisine uygunluğu da amaçlanmaktadır.

Kapsam

Yarışma, Pierre Cardin'in 2010 - 2011 Sonbahar - Kış sezonu vitrini için düzenlenmektedir. Katılımcılar, iki camkian için birbirini bütünleyen vitrin tasarımları yapacaklardır. Camkianlardan birini Pierre Cardin Klasik Grubu, diğeri ise markanın genç kesimi hedefleyen Weekend line'ı oluşturacaktır. Koleksiyona ve vitrin temasına ilişkin detaylı bilgiler, Ek-3 ve Ek-4'te yer almaktadır.

Katılım Koşulları

1. Yarışmaya T.C. vatandaşları katılabilir.
2. Yarışmaya, Türkiye'deki tüm Üniversitelerin Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültelerinin Tekstil ve Moda Tasarımı, Sahne-Dekor-Kostüm, Endüstri Ürünleri Tasarımı, Mimarlık ve İç Mimarlık Bölümlerinde eğitim görmekte olan lisans ve yüksek lisans öğrencileri katılabilir.
3. Yarışmacılar bireysel olarak ve belirledikleri rumuz ile en fazla 3 projeye katılabilirler.

4. Projeler daha önce hiçbir yerde kullanılmamış, ödül almamış, kopya edilmemiş ve özgün olmalıdır. Benzer ya da alıntı olduğu belirlenen projeler yarışma dışı kalacak olup bu durumun başta tespit edilmemesi ve böyle bir tasarımın Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. tarafından kullanılması halinde, aleyhine doğmuş-doğacak olan tüm zararlar, tasarım sahibi katılımcı tarafından tanzim edilecektir.
5. Teknik koşullara (bkz. “Başvuru Kuralları”) uygun olmayan projeler kabul edilmeyecektir.
6. Finale kalanlar arasında dereceye girecek ilk 3 yarışmacı, Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. tarafından ödüllendirilecektir.
7. Kazanan yarışmacılar, ödül töreninde açıklanacaktır.
8. Ödül kazanan tasarımların uygulanması ve üretimi durumunda proje sahiplerine ayrıca bir ücret ödenmez. Bu projelerin Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) kapsamında tüm mali ve mülkiyet hakları süre, yer ve muhteva bakımından sınırsız olmak kaydıyla münhasıran Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş.'ye devir ve temlik edilmiş sayılır. Ayrıca ödül kazanan proje sahibi öğrenci, isminin ve/veya rumuzunun yayınlanmasına şimdiden muvafakat etmiştir.
9. Finale kalamayan ancak bir başka firma tarafından talep edilen projelerin satın alınmadaki öncelik hakkı, yarışmanın sonuçlanmasından itibaren 1 ay süresince Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş.'ne aittir.
10. Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş., teknik koşullar açısından gerekli gördüğü takdirde proje sahiplerinden tasarımlar üzerinde özüne dokunmamak kaydıyla değişiklikler yapılmasını isteyebilir.
11. Yarışmaya jüri üyeleri, Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. ve şirketin hizmet aldığı reklam ve organizasyonda çalışanlar ile çalışanların birinci dereceden yakınları katılamazlar.
12. Yarışmanın sonuçlanmasından itibaren üç ay içinde geri alınmayan projelerden Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümü sorumlu tutulamaz.
13. Katılımcılar yarışmaya katılmakla tüm yarışma koşullarını kabul etmiş sayılır.

Değerlendirme Kriterleri

Tasarımların,

1. Özgün olması ve yaratıcı yeni bir fikirler içermesi
2. Belirlenen konseptte, marka kimliğine uygunluğu
3. Uygulanabilir olması
4. Malzeme-teknik-tasarım uygunluğu
5. Pierre Cardin mağazacılık anlayışına uygunluğu
6. Vitrin dekor anlayışına uygunluğu
7. Kampanya ve özel gün/hafta gibi durumlara hızlı ve kolay uyum sağlayabilmesi, özel günler için ekleme yapılabilmesi

8. Güvenlik olarak tehlike oluşturmayaacak malzemeler içermesi (gazlı, yanıcı, ısınan vb malzemeler tercih edilmemeli, politik, dini içerikler kullanılmamalıdır)

Çizim ve Anlatım Kuralları

1. Çizimler, A3 boyutunda beyaz bir kağıt üzerinde, renkli, el ile, bilgisayar destekli veya kolaj gibi tekniklerle 1/20 ölçekli olarak yapılacaktır. Bu çizimlerde plan, cephe ve kesit görünüşleri yer alacaktır. Ayrıca projeyi anlatan perspektif çizimleri de yer alacaktır.
2. Detay çizimleri 1/5 oranında ölçeklendirilecektir.
3. Projede kullanılması düşünülen malzemelerin küçük parçaları da A3 boyutundaki bir pafta ile dosyada yer alacaktır (kumaş, deri, cam, ayna, yün, peluş, ahşap, seramik vs.)
4. Vitrin ölçüleri; en: 5 metre, yükseklik: 3 metre, derinlik: 1 metre olarak alınacaktır.
5. Tüm tasarımlar beraberinde başvuru formunun üst-sağ köşesine yazılmış rumuz ile teslim edilecektir. Yarışmaya birden fazla proje ile katılanlar, her tasarım için ayrı bir rumuz vereceklerdir.
6. Her yarışmacı imzalı bir başvuru formuyla katılır. Tasarım, başvuru formunun sağ üst köşesine rumuz yazmak şartıyla bir zarfa konularak teslim edilecektir. Başvuru formları, katılımcı tarafından çıktı alınıp imzalanarak çalışmalarla birlikte gönderilecektir. Formlar, Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. (www.aydinli.com.tr) ve M S G S Ü (www.msgsu.edu.tr) web sitelerinden indirilebilir.
7. Yarışmacılar, başvuru formunu (Ek-1) doldurduktan sonra, üzerinde yalnızca tasarım kağıdındaki rumuz yazılı olan beyaz ve kapalı bir zarf içinde, tasarımlarıyla birlikte teslim edeceklerdir; zarfın üzerine isim ve adres yazılmayacaktır.
8. Yarışmaların yollayacakları zarf içinde şu belgeler yer alacaktır:
 - Vitrin tasarımı
 - Bir isim verilen tasarımın öyküsü (1 A4 kağıdında, 12 punto yazı ile teslim edilecektir)
 - Başvuru formu (Ek-1)
 - İmzalanmış taahhütname (Ek-2)
 - Fotoğraflı özgeçmiş
 - Öğrenci olduğunu gösterir belge
 - Kimlik fotokopisi
9. Finale kalan 10 yarışmacıdan, çalışmalarının maket uygulamasını yapmaları istenecektir ve bunun için kendilerine 2 hafta süre verilecektir.

Tasarımların Teslim Yeri ve Tarihi

Yarışmacılar, tasarımların bulunduğu zarfları, en geç 28 Nisan 2010 Çarşamba günü saat 17.00'ye kadar aşağıda belirtilen adrese ulaşacak şekilde şahsen getirebilir veya posta ile gönderebilirler:

“Vitrine de Pierre Cardin” – Vitrin Tasarım Yarışması

Grup 7 İletişim Danışmanlığı

İnönü Cad. Tarık Zafer Tunaya Sok.

Gümüşsuyu İş Merkezi No:11/1, 34427, Beyoğlu / İstanbul

T: 0212 292 13 13 - F: 0212 245 12 25 - W: www.grup7.com.tr

Postadaki gecikmeler dikkate alınmayacaktır.

Ödüller

- Birincilik Ödülü: 8.000 TL
- İkincilik Ödülü: 4.000 TL
- Üçüncülük Ödülü: 2.000 TL

Tüm finalistlere, Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümü'nden ortak bir başarı belgesi verilecektir.

Finalistler arasında ilk 3'ü oluşturacak tasarımlar, Pierre Cardin'in belirlenen 3 mağazasının vitrinine birer ay süreyle uygulanacaktır.

Değerlendirme ve Sonuçların Duyurulması

Başvuruların ilk değerlendirmesi jüri tarafından Mayıs ayı başında yapılacak ve 10 finalist belirlenecektir. Finalistler, çalışmalarının maketlerini yaparak 2 hafta içinde teslim edeceklerdir.

Maketler ile birlikte yapılacak son değerlendirme ve ödül töreni Mayıs ayı sonunda belirlenen bir günde yapılacak ve dereceye giren ilk 3 eser açıklanacaktır. Yarışma sonuçları basında ve www.pierrecardin.com.tr sitesinde duyurulacaktır.

Yarışma Takvimi

Son katılım tarihi: 28 Nisan 2010

Finalistlerin açıklanması: 3 Mayıs haftası

Ödül töreni: 24 Mayıs haftası

Tasarım Hakları

Yarışmaya katılan bütün tasarımcıların, tasarımlarının farkını ortaya koyan tasarımlarının korunması için, 27 Haziran 1995 tarihinde yürürlüğe giren Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'ye göre Türk Patent Enstitüsü'ne başvurma ve tasarımlarına (masrafları kendilerince karşılanarak) "Endüstriyel Tasarım Tescil Belgesi" almaya hakları vardır. Arzu eden tasarımcılar, Türk Patent Enstitüsü, Hipodrom Caddesi No:115, Yenimahalle, Ankara, 06330 adresine başvurabilirler.

Yarışmaya katılan tasarımların çeşitli şekillerdeki görsel anlatımları, 01.03.2011 tarihine kadar Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümleri ve Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. tarafından korunacak ve vitrinlere uygulanacaktır. Dereceye giremeyen tasarımlar, 01.06.2010 tarihinden sonra Grup 7 İletişim Danışmanlığı'ndan geri alınabilecektir. 01.09.2010 tarihine

kadar geri alınmayan görsel anlatımlardan Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümleri ve Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. sorumlu tutulamaz.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümleri ve Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. tarafından yarışmaya katılan tasarımlardan uygun görülenler, yarışmacının da onayı alınarak geçici olarak veya sürekli olarak sergilenebilir. Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş., yarışmaya katılan ve herhangi bir ödül kazanmayan tasarımlardan uygun gördüklerinin kullanım haklarını, bedelini ödeyerek devir alabilir.

Finale kalan tasarımların her türlü kullanım ve yayım hakkı, teslim edilen doküman ve görsel malzemelerde dahil olmak üzere Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş.'ye ait olacaktır. Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş., eserler üzerinde değişiklik yapma hakkına sahiptir.

Yarışmaya katılan tasarımlar özgün olmalıdır. Özgün olmayan projeler değerlendirmeye alınmayacak ve bu nedenle doğacak yasal sorumluluk tamamıyla yarışmacıya ait olacak, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı ile Sahne Dekorları ve Kostümü Bölümleri ve Aydınli Hazır Giyim ve Tic. A.Ş.'yi bağlamayacaktır. Yapılan tespitler sonrasında böyle bir durum belirlendiği takdirde yarışmanın ödülü iptal edilerek yarışmacıdan geri alınır. Bu yarışmaya katılanlar, bu yönetmeliğin belirlediği koşulları kabul etmiş sayılırlar.

Jüri Üyeleri

Prof. Bengi Bugay

M S G S Ü G S F, Sahne ve Dekor Tasarımı Bölüm Başkanı

Prof. Dilek Alpan

M S G S Ü G S F, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölüm Başkan Yrd.

Yrd.Doç. Ümit Celbiş

Marmara Üni. G S F, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Ahmet Said Kavurmacı

Aydınli Grup, Yürütme Kurulu Başkanı

Ertuğrul Kumpas

Aydınli Grup, Görsel Düzenleme Yönetmeni

Gamze Saraçoğlu

Moda Tasarımcısı

Sadık Kızılağaç

Moda Tasarımcısı

Melis Alphan

Hürriyet Kelebek, Moda Editörü

Hande Öngören

Elle, Moda Editörü

E K - 1 : B A Ş V U R U F O R M U

A d - S o y a d :

R u m u z :

D o ğ u m T a r i h i :

D o ğ u m Y e r i :

T . C . K i m l i k N o :

A d r e s (e v) :

P o s t a K o d u :

Ş e h i r :

Ü n i v e r s i t e :

F a k ü l t e :

B ö l ü m :

Ö ğ r e n c i n o :

E v T e l :

C e p T e l :

E - p o s t a :

Ş a r t n a m e y i k a b u l e d i y o r u m v e y u k a r ı d a k i b i l g i l e r i n d o ğ r u l u ğ u n u b e y a n e d i y o r u m . E k t e g ö n d e r d i ğ i m v i t r i n t a s a r ı m ı b a n a a i t t i r v e ü ç ü n c ü k i ş i l e r i n t a s a r ı m ü z e r i n d e h a k i d d i a e t m e l e r i h a l i n d e s o r u m l u l u k b a n a a i t t i r .

T a r i h :

İ m z a :

E K - 2 : T A A H H Ü T N A M E

“Vitrine de Pierre Cardin - Vitrin Tasarım Yarışması”nda dereceye girdiğim takdirde, dereceye giren fikir ürünü ile sınırlı olarak, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında korunacak bir eser olduğunda bu eserin işleme, çoğaltma, yayma, temsil, kamuya iletim gibi mali haklarını; bir endüstriyel tasarım olduğunda bu endüstriyel tasarımın 12/06/1995 tarih ve 554 sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname kapsamında korunan Endüstriyel Tasarımların tescil haklarını; bir buluş olduğunda bu buluşun 12/06/1995 tarih ve 551 sayılı Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname kapsamında korunan yeni buluşlara patent veya faydalı model belgesi alınması haklarını Aydınlı Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. Grup’a, yapılacak antlaşma karşılığında devir edeceğimi ve söz konusu hakların devir işlemleri Aydınlı Hazır Giyim ve Tic. A.Ş. ile sözleşme yapacağımı, Aydınlı Hazır Giyim ve Tic. A.Ş.’nin söz konusu hakların devir alınması konusunda tek yetkili olduğunu kabul ve taahhüt ederim .

İsim :

Tarih :

İmza :

E K - 3 : P I E R R E C A R D I N 2 0 1 0 - 2 0 1 1 S O N B A H A R - K İ Ş K R E A S Y O N U H A K K I N D A

Aylin Ekiz / Pierre Cardin Tasarımcısı

K L A S İ K G R U B U

Her şey İtalya’da gördüğümüz bir restoranın dekorasyonu ile başladı. Gece nefis bir caz müziği eşliğinde sisli ağır bir bordo perdenin önünde, boş bir sahne... Sahnedeki müzik aletleri, biraz önce onları çalan müzisyenlerin izlerini taşıyordu. 1950’lerde kullanılan büyük metal bir mikrofon, biraz sonra gelip şarkısını söyleyecek solisti bekliyordu. Yerde kırmızı bir otriş, kadının kırmızı, sırt dekolteli elbisesi ile ilgili fikir veriyordu. Saksafonun, dikkatlice bırakıldığı boş iskemlenin arkasına, siyah üzerine beyaz çizgili bir ceket asılmıştı. Diğer sandalyenin arkasına asılmış olan beyaz fötr şapka da enstrümanlar gibi sahibini bekliyordu.

O an bütün ekip olarak karar verdik ki, bu sene konseptimiz “caz” olmalı. Yılın renkleri de seçtiğimiz konsepti destekliyordu. Çünkü kasvetli ve koyu tonların zamanı gelmişti. Biz de onları bol bol kullandık. Bordo ile antrasit, vizon, dişi geyik derisi ve haki, siyah ile kış beyazı, bej ve gri, lacivert ve mor, kahverengi ile yanık kına, koleksiyonumuzda birlikte kullanılan renkler oldu. Kullandığımız kumaşlar ise doğanın bize cömertçe sunduğu elementlerden elde edilen konfor ile güçlü bir erkek profili çizmemize yardımcı oldu.

Koleksiyonumuzu hazırlarken, yedi duyuya hitap etmeyi planladık. Show-room’umuzda, dünyanın en ünlü caz yorumcularının seslerini dinlerken kulaklara, markamızın logosunu taşıyan çikolatalarla dillerde nefis bir tat bırakarak tat alma duyularına hitap etmeyi tasarladık. Kadife ve ipekli karışımlarla tenlerde unutulmaz dokunuşlar, kasvetli ve koyu renk tonlarının birbirleriyle uyumları ile görsel bir şölen oluşturarak görme duyusunu etkilemeye çalıştık. Mis gibi taze kahve kokusunu kullanarak da koklama duyusunu unutmadık. Yeni fiyat politikamızla ceplere, en son da koleksiyonun içine koyduğumuz sevgiyle kalplere dokunmaya çalıştık.

Bütün bunlardan dolayı bu yıl koleksiyonumuzdaki ürünleri “iyileştiren kıyafetler” olarak adlandırıyoruz. İnsanlar bizim kıyafetlerimizi giydiklerinde, kendilerini nedenini bilemedikleri bir şekilde iyi hissedecekler. Çünkü biz onların 7 duyularına hitap edeceğiz.

Takım elbiselerde ipekli ve kaşmirli karışımların yanında bu yıl koton/yün karışımlar da kullandık. Pamuğun konforu artık kışın da yanımızda olacak. İki düğmeli ve tek düğmeli takım elbise ve ceketlerde yakalar ince.

Çamaşır makinesinde yıkanabilir takım elbise ve “traveller suit” dediğimiz, seyahatlerde erkeklerin vazgeçemediği kırışmayan kumaşlardan yapılan takım elbiselerimiz, güçlü erkek profilini destekleyen, erkeğin her an ve her yerde rahatını düşünerek, yüreğine dokunan marka olmamızı sağlayacak.

Tek ve blazer ceketlere yeni yorumlar getirdik. Mostra içlerine Pierre Cardin imza nakış yaptırdık. Yaka altlarında kontrast renkli keçeler ve renkli baskılı astarlar kullandık. Özellikle Hindistan’da yaptırdığımız yeni P logolu tel kırma arma, dikkat çekici.

Aplike cepli, kruvaze yakalı, eğik pipo cepli, rüzgarlık parçalı, deri ve ince fitilli kadifelerle garnili ceketler, koleksiyonun genç ve güçlü görünmesinde etkili ürünler oldu.

Yıkamalı, parça boyalı, yağmur ve rüzgar geçirmeyen ceketlerimiz, teknolojik kumaşların sağladığı konforu koleksiyonumuza taşıdı. Bütün dünyada olduğu gibi bizim koleksiyonumuzda da astarsız tek ceketler etkin rol oynayacak.

Kürklü kaşmir paltolar yumuşak ve doğal kumaşlarla daha asil bir görünüş sağlıyor. İki taraflı kumaşlar ve garnilerle zenginleştirilmiş mont, kaban ve palto grubumuzun iç detayları ve aksesuarları bu sezon her zamankinden çok farklı.

Triko koleksiyonumuz da “bir erkeğin ihtiyaç duyduğu her şey”i karşılayacak biçimde tüketicilerin karşısına çıkacak

Gömlekte, bütün dünyada olduğu gibi, bizim koleksiyonumuzda da yakalar küçüldü. Çok klasik, balenli yakalar bile artık eskisi kadar sert değil. Fitler daha vücuda oturdu. Pensli gömlekler daha çok kullanılıyor. Yaka altı düğmeli, minik İtalyan yakalar, çift manşetli fit gömlekler, aynı zamanda ünlü caz ustalarının gömleklerinden ilham alınarak tasarlandı. Tek pantolonların içlerinde kullanılan nota baskılı ceplikler, ceketlerin içlerinde kullanılan saksafon çalan zenciler, konsepti kuvvetlendirmek için bazı ürünlerde kullanıldı.

PIERRE CARDIN WEEKEND

Weekend koleksiyonumuzda klasik Pierre Cardin imajını yenilemek, gençleştirmek yolunda ne yapabiliriz diye düşünürken, otomobil yarışlarının heyecanı ile koleksiyonumuzu birleştirme fikri ekibimizi heyecanlandırdı. Bunun üzerine konuyla ilgili araştırmalar yapmaya başladık. Gördük ki, otomobil yarışlarından alınacak çok bilgi ve fikir var.

Ham metalden bir yarış arabasına, pamuktan kazağa, kumaştan cekete dönüş, hızlı ve büyük araba motorlarının çıkarttıkları sesler, kırmızı ibreli kadranlar, yakıt kokuları ve dumanlar, tribünlerdeki senkronize olmuş heyecan dalgası, pite giren araçların telaşlı ama sistematik ekipleri, her turda sallanan damalı bayraklar, bize ilham kaynağı oldu.

Araba tekerleklerindeki dişlerin ortaya çıkarttığı desenler, bayraklar ve o heyecan bizi daha da motive etti. Her şeyin eksiksiz ve tam olması için aynı bir yarış ekibi gibi çalışarak, aracımıza konsantre olduk. Bizim aracımız da koleksiyonumuzdu.

Otomobil yarışlarının “hafta sonları” yapılması, doğal bir seleksiyon yapmamıza da kolaylık sağladı. Bunun üzerine biz de aynı otomobil yarışlarındaki gibi, koleksiyonumuzu üçe ayırdık. Cuma günü antrenman, Cumartesi günü, sıralama yarışları ve Pazar günü yarışma ve ödül töreni sıralamasını biz de aynen koleksiyonumuza uyguladık. Koleksiyonun genelinde, damalı bayrak deseni, şerit olarak kullanıldı. Bu şeritler, sweat-shirt’lerin ense ve patlarında, gömleklerde, blue jean koleksiyonunda kemer içlerinde kullanıldı. Renkler klasik koleksiyondan tamamen farklı, ama kopuk değil.

Tek ceketlerde koton kumaşlar ve parça boyalı ceketler spor grubun en önemli parçalarından birisini oluşturuyor.

Gömleklerde, ekose ve enzim+perlit yıkamalı indigo ürünler daha önceki sezonlardan çok farklı ürünler ortaya çıkarmamıza yardımcı oldu. Şeftali dokunuşlu kumaşlarla yapılan kapüşonlu gömlekler sıcak ve trend ikilisini yakalıyor.

Triko koleksiyonunda, heyecanlı, farklı desenler ve armalarla zenginleştirilmiş kazaklar kaşmir ve kotonun birleşimiyle zengin ve renkli bir ürün grubu ortaya çıkardık. Yakalarda ve dirsekte dikkat çeken yama parçalarında kadifeler, kotonlar ve süetler kullanıldı.

Polyester mont ve kabanların yanında, kaşe grubunda da hafta sonuna uygun ürünler üretildi. Sıcacık kapitoneli kabanlar, içleri ısıtmak için tasarlandı. Sweat-shirt koleksiyonumuz, 30 modele yakın birbirinden farklı modelle, pek çok spor markaya rakip olacağımızdan eminiz.

Klasik bir arabanın içine uygulanan spor motor nasıl bir etki yapıyorsa, blue-jean koleksiyonumuz da aynen böyle bir etki yaşatacak. Hem klasik hem de casual giyinen, her yaşta ve sosyal seviyedeki erkek, bizim blue-jean koleksiyonumuzdan bir parça bulabilecek.

E K - 4 : P İ E R R E C A R D İ N V İ T R İ N L E R İ H A K K İ N D A

E r t u ğ r u l K u m p a s / A y d ı n l ı H a z ı r G i y i m v e T i c . A . Ş . G r u p G ö r s e l D ü z e n l e m e Y ö n e t m e n i

Pierre Cardin markamız her geçen gün daha modern ve genç ruhuyla büyümeye devam ediyor. Bu gelişim gerek koleksiyonla gerekse mağaza yapısı ve hitap şekliyle ilgi görmeye ve dikkat çekmeye devam ediyor.

2008 yaz sezonu açılışıyla beraber vitrinlerimizde net olarak ayırdığımız Klasik ve Weekend temalarımızı yine mağazalarımızda vitrin ve mağaza içlerinde de reyonlar olarak devam ettiriyoruz. Bu doğrultuda yapılacak çalışmalarda bu ayırımı a göre devam edecektir.

Weekend line'ı için vitrin tasarımı yapılırken, Fl ismi kullanılmamalı, ancak tasarımın bu yarışları yansıtmalıdır. Caz temasını ise klasik caz olarak değerlendiriyorum; fotoğraflar, filmler, konserler, caz müzik yapan insanların şıklıklarını yaptıklarıyla birleştirerek bize aktarıyorlar. Şık insanlar, şık müzik; haliyle çalışıldığı ortam da şık oluyor.

Vitrinlerimiz mağazalarımızın yüzüdür. Vitrin olarak kastedilen camekanlı kısımdır ama anlaşılması gereken gerçek mağazanın bütününün bir vitrin olduğudur. Camekanlı alanda yapılan çalışmalar sadece orada kısıtlı kalmamalı, tüm alanı kapsamalıdır. Genele yayılarak anlatılmak istenen konu tüm sezon boyunca müşterilere gösterilmelidir. Bu şekilde yapılan sezon konsept çalışmaları, yapılan araştırmalar doğrultusunda, tüketici üzerindeki olumlu etki ve algısını net olarak göstermektedir.

Görsellik her anlamda ilk bakışta alacağınız tepkinin sonuçlarıdır. İlk bakıldığında etkilemiyorsa ve anlaşılması zaman alıyorsa, özellikle mağazacılık sektöründe zaman ve para kaybıdır. Günümüzde insanlar sürekli artan bir tempoda, çok hızlı yaşıyorlar. Büyük metropoller, dünyanın perakende sektöründe can damarlarıdır. Birçok marka kendi ürünlerini ön plana çıkarmak uğruna farklı arayışlar içerisinde. Bizim de bu farklılığı, dikkat çekici, etkileyici, akılda kalan ve markayı ön plana taşıyan çalışmalara ihtiyacımız var...