

goldnews

HAZİRAN JUNE
TEMMUZ JULY

2023/232

İSTANBUL KUYUMCULAR
ODASI'NIN ÜCRETSİZ YAYINIDIR
A complimentary copy of Istanbul
Chamber of Jewelry



Kapak ürün product

KURTULAN
R04747YY - N00287YB - B00860YY



INSTAGRAM
kurtulan24k

GLT Pırlanta Semineri
İzmir ve **Trabzon** ile devam etti

Başkanlar,
deprem yardımlarına
'Devam' kararı aldı

Erdinç Demir:

*Başkanların birlikteliği ve uyumu
sektör için büyük bir şans!*

GLT Akademi'de
'Renkli Taş Eğitimi'
başlıyor

İKO'dan
altın fiyatları için
mobil çözüm
İKOFİYAT app

Sektörün iş ve işçi bulma sitesi:
www.ilan.iko.org.tr



Bakirel
KING

Bab-ı Ali Cad. Seyhan Han 22/6 Zemin Kat
Cağaloglu - Fatih / İSTANBUL
(+90) 212 527 21 75
www.bakireljewellery.com
info@bakireljewellery.com



Bakirel
KING



MOUNTING



JEWELRY DIAMONDS
JEWELOUS
by Bakirel

Mollafenari Mahallesi, Şerefefendi Sokak Altun Center
Giriş kat 24/5 Nuruosmaniye/Fatih İstanbul
Telefon: (0212) 520 27 79
info@jewelouspiranta.com
www.jewelouspiranta.com

 jewelouspiranta

UNIQUE DIAMOND
JEWELOUS

by *Bakirel*





Mollafenari Mah. Şeref Efendi Sk. No:26 Nuruosmaniye / Fatih - İSTANBUL

0212 527 07 58 - 514 23 87

f @ /cilekkonseptjewelry

www.cilekkonsept.com

ÇİLEK KONSEPT

Hülya
Avcı



“Yarım asırlık tecrübemiz ile
Her Yaza ve Her An'a
değer katmaya devam ediyoruz.”



VerifyBullion (Altın Doğrulama Sistemi)

Altın sahteciliğine karşı kare kodlu altın ve gümüş ürünleri ile hem orijinallik kontrolü hem de online sertifika imkanı sunan VerifyBullion uygulaması, İSGOLD Altın Rafinerisi'nin tescilli markasıdır.



Patentli Üretim

Kurulduğu ilk günden bu yana ismi güvenli altın ticareti ile özdeşleşen İSGOLD, Kare Kodlu Gram Altın'ı üretti. Benzersiz üretilen ve ilgili altının seri numarası ile eşleştirilen numaraya ait kare kodun taklit edilmesi imkansızla yakın. İSGOLD, "Kare Kodlu Külçe Altın" ve "Kare Kodlu Külçe Gümüş" üretimi yapan dünyadaki ilk kuruluş.



HAN
DIAMOND

LET'S MEET
IN VEGAS!

JCK | LAS
VEGAS

2 - 5 JUNE
TURKISH PAVILLION
BOOTH: 46013



HAN 
DIAMOND

GÜVENİLİR
ÜRETİMİN
ADRESİ...



REKOR
KUYUMCULUK
e-mail: info@rekorkuyumculuk.com

Fabrika: Yenibosna Merkez mahallesi Ladin Sokak Kuyumcu Kent
2.Fabrika Bloğu 2.Kat No:4/2233 Bahçelievler - İSTANBUL
Telefon : +90 212 603 03 84 - 85

Merkez: Vezirhan Cd. Vezirhan içi Kat: 2
No :4 Çemberlitaş / İSTANBUL
Telefon : +90 212 520 13 16 - 528 30 23 Fax : +90 212 520 67 78



REKOR
KUYUMCULUK

GÜVENİLİR ÜRETİMİN ADRESİ...



Besay



Altın emzik ve biberon Besay 'ın tescilli ürünüdür.

Mağaza : Tavukpazarı Cad. No:15
Çemberlitaş / İstanbul
Tel : +90 212 526 58 96
info@besaygold.com.tr
www.besaygold.com.tr

Merkez : Yeniçeriler Cad.Çağlar
İş Hanı No: 15 Kat:1 No: 5
Çemberlitaş / İstanbul

☎ : +90 536 415 25 35

Besay



Mağaza : Tavukpazarı Cad. No:15
Çemberlitaş / İstanbul
Tel : +90 212 526 58 96
info@besaygold.com.tr
www.besaygold.com.tr

Merkez : Yeniçeriler Cad.Çağlar
İş Hanı No: 15 Kat:1 No: 5
Çemberlitaş / İstanbul

WhatsApp: +90 536 415 25 35



M[®]
mehmetçakar



Visit TURKISH PAVILION

JCK | LAS
VEGAS

June 2-5, 2023
Venetian Expo, **Level 1**

We are here with

**Turkish
Pavilion**



JEWELLERY = TÜRKİYE

SINCE 5000 BC



Turkish
Jewellery

**JEWELLERY
EXPORTERS'
ASSOCIATION**

THE WORLD KNOWS

WHY JEWELLERY BOUGHT
FROM TÜRKİYE

CREATIVITY

Visions beyond imagination...

HERITAGE

7000 years of craftsmanship...

QUALITY

Unmatched and unparalleled...

LOCATION

Perfectly connected to the world...

PRICE

Aggressively competitive...



Turkish
Jewellery

**JEWELLERY
EXPORTERS'
ASSOCIATION**



İmtiyaz Sahibi / Concessionaire
İKO REKLAMCILIK KUYUMCULUK,
Danışmanlık ve Turizm Ticaret
LTD. Şirketi adına
Mustafa Atayık

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü / News Editor
Turhan Gürdal
turhan.gurdal@iko.org.tr

Yayınlar Genel Direktörü
Münevver Çalış
munevver.calis@ikohaber.com

Editör / Editor
Nesim Akın
nesimakin@gmail.com
nesim.akin@ikohaber.com

Görsel Yönetmen / Art Director
Mehmet Ali Çelik
mehmetali.celik@gmail.com

İKO Haber / Gold News
Reklam Rezervasyon
+90 532 622 62 93

Çeviri / Translations
Urban Translation Services

Genel Sekreter
İsmail Kalafat
ismail.kalafat@iko.org.tr

Yönetim Yeri
Piyerloti Caddesi, Dostlukyurdu Sokak No:3
Çemberlitaş - Fatih - İstanbul - TÜRKİYE
+90 212 516 27 57

Yayın Türü
Yerel, süreli, 2 aylık

Basıldığı Yer
Oksijen Matbaacılık
İbrahim Karaoğlu Cad. No:35
Altuntaş Apt. Seyrantepe İstanbul
+90 212 283 10 15
www.oksijenbasim.com.tr

www.ikohaber.com
www.iko.org.tr

İçindekiler Contents

23 Gold Corner

24 Cetaş'ın en sevilen altın mücevher koleksiyonları
Cetaş's most popular gold jewelry collections

28 Rekor Kuyumculuk,
bilezikteki kalitesini kurumsallaşarak geleceğe taşıyacak
Through institutionalization, Rekor Jewellery will maintain the quality of its bracelets in the future.

32 JEWELOUS,
ilk perakende mağazasını Avrupa'da açacak
JEWELOUS to open its first retail store in Europe

36 İKO'dan altın fiyatları için mobil çözüm

38 Erdinç Demir:
Başkanların birlikteliği ve uyumu sektör için büyük bir şans!

42 GLT, İzmir'de esnafa 'Pırlanta Semineri' verdi

46 GLT'nin 14. Pırlanta Semineri, Trabzon'da yoğun katılımı yapıldı

50 GLT'de 'Renkli Taş Eğitimi' başlıyor

Sektörümüz ve mensuplarıyla ilgili her türlü düşünce
öncesi ve şikayetlerinizi lütfen bildiriniz.

Please contact us for any ideas, suggestions and
complaints regarding our sector and members.

Tel: +90 212 516 27 57 (123)

Fax: +90 212 516 12 78

info@iko.org.tr

İstanbul Kuyumcular Odası
İKO Reklamcılık Kuyumculuk Danışmanlık ve Turizm LTD. Şirketi'nin
ücretsiz yayınıdır. Yazı ve fotoğraflar kaynak gösterilerek kullanılabilir.
Yayınlanan ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir.



EKOL

pirlanta





52 32 bin alıcı, Türk kuyumculuğu için İstanbul'a geldi
32 thousand buyers came to Istanbul for Turkish jewellery

58 Başkanlar, deprem yardımlarına 'Devam' kararı aldı

60 OroArezzo 2023, ziyaretçi sayısını yüzde 40 artırdı
OroArezzo 2023, IEG: +40% more visitors than in 2022, back to pre-pandemic levels

64 Mücevher ihracatı, yüzde 30 değer kazandı

66 Sektör, göz kamaştıran organizasyonda bir araya geldi
Jewellery sector came together in a dazzling organization

70 Tasarımcı/ Designer/**Jasmin Özişçi**
Mücevherde 'Sürdürülebilirlik' ve 'Zamansızlık' modası
'Sustainability' and 'Timelessness' fashion in jewellery

74 Ustalarımız/Master Jewellery/**Adnan İlday**
İlday Usta, 50 yıllık tecrübesini İKO'da gençlere aktarıyor
İlday Usta shares his 50 years of experience with young people at İKO

78 Tasarımcı/ Designer/**Filiz Ersin**
Tasarım yarışması birincisi Filiz Ersin, aldığı ödülü eğitime yatırdı
Filiz Ersin, design competition winner, invested her prize in education

82 Ustalarımız/Master Jewellery/**Partam Derderyan**
Usta-çırak, kuyumculuk var oldukça bitmez!
The master-apprentice will last as long as jewelry making exists!

86 Süleymaniye Camii'nin taşlarındaki mücevherler
Jewels in the stones of the Süleymaniye Mosque

90 Prof. Dr. Sibel Kılıç
Kuyumculuk müfredatı, 'Çalıştay' ile yeniden gözden geçirildi

94 **Gülçin Pehlivan Tezdiker**
Danimarkalı annenin mücevherleri
Anne of Denmark's jewelry



☎ +90 212 520 77 52 ✉ info@asturjewellery.com @asturjewellery

Kuyumcukent Merkez Mh. Ladin Sk. Fabrikalar 4. Blok Kat:2 Bahçelievler/ İSTANBUL



İKO HABER.COM

SEKTÖREL YAYINCILIKTA 30 YILLIK DENEYİMİMİZİ DİJİTALE DE TAŞIDIK

İKOHABER.COM'da sektörden güncel haberler, sıcak gelişmelerin yanı sıra mücevher trendleri ve dünya mücevher piyasasındaki son gelişmeleri sunuyor.

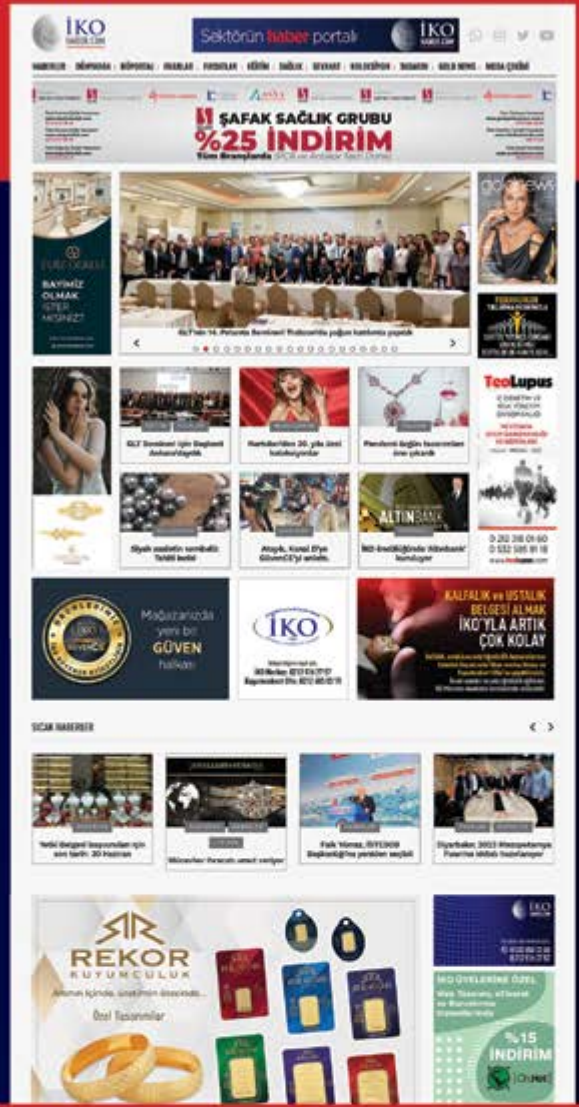
Portalımız, kuyumcu odalarımızdan derneklerimize, Anadolu ve tüm Türkiye'deki STK'larımızın ortak sesi, medyadaki etkin gücü olmaktadır. Portalımız, ayrıca kuyumcularımıza farklı sektörlerden cazip indirimler ve fırsatlar sağlayarak ayrıcalıklı hizmetlerine devam ediyor.



goldnews

dijital derginiz artık **İKOHABER.COM** ile
her yerde yanınıza!

Sektörün **haber** portalı



Mobil
uygulamayı
indirmek için;
**QR kodu
okutun**





Mustafa ATAYIK
İstanbul Kuyumcular Odası
Yönetim Kurulu Başkanı
Chairman of the Board
of Directors

Yeni bir dönem başladı!

A new era has begun!

Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili seçimleri için vatandaşlar, yüksek bir katılımı sandığa koştu ve kararını verdi. Ülkemizi 5 yıllık yönetecek olan 'Kabine' kuruldu. Sektörümüzü yakından ilgilendiren Hazine ve Maliye Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na yeni isimler getirildi. Seçim sonuçları ve yeni hükümetin sektörümüz başta olmak üzere tüm vatandaşlarımız için hayırlı olmasını dileriz.

Sektör olarak yeni kurulan hükümetten beklentilerimiz var. Bilindiği gibi bir süredir ihracatçılarımız, üretimde kullandıkları altın dünya piyasalarından daha yüksek bir fiyatla temin ediyor. Bu durum, ihracatçı firmalarımızı uluslararası rekabette negatif etkiliyor. Türk kuyumculuğunun daha fazla kan kaybına uğramaması için hammadde temini sorununun hızla çözülmesini istiyoruz.

Son 5 yılda olduğu gibi yeni dönemde en önemli gündemimiz; Altın Esaslı Muhasebe Sistemi'ni hayata geçirmek olacaktır. Geçmiş hükümetler döneminde konuyla ilgili önemli mesafeler alınmış ve Altın Muhasebesi yasalaşma sürecine girmişti. Ancak, ülkemizin yoğun siyasi gündemi, ne yazık ki konunun yasalaşmasının önüne geçmişti. İKO olarak sektörün büyümesi, markalaşması ve kurumsallaşmasının önündeki en büyük engel olarak gördüğümüz mevcut Enflasyon Muhasebesi'nin hızla değiştirilerek "Altın Esaslı Bir Muhasebe Sistemi"ne geçilmesini zorunlu ve hayati gördüğümüzü bir kez daha vurgulamak isteriz.

Pandemi öncesinde perakendeci meslektaşlarımızı bilgilendirmek amacıyla şehirlerimizde başlattığımız GLT Pırlanta Seminerlerimiz, devam ediyor. Bu kapsamda, son olarak İzmir ve Trabzon'da esnafla bir araya geldik. Bu etkinliklerimizin düzenlenmesine destek olan oda ve dernek başkanlarımıza ve sponsorluklarla yanımızda yer alan firma ve markalarımıza teşekkür ediyoruz.

Siz, değerli meslektaşlarımdan, piyasadaki fiyat tartışmalarını sona erdirmek amacıyla geliştirdiğimiz İKO FİYAT MOBİL UYGULAMASI ve FİYAT EKRANlarının kullanımında hassasiyet göstermelerini bekliyoruz.

Tüm meslektaşlarımıza iyi bir düğün sezonu geçirmelerini dilerken, herkesin mübarek Kurban Bayramı'nı tebrik ederiz.

For the presidential and parliamentary elections, citizens rushed to the polls with a high turnout and made their decision. The 'Cabinet' that will govern our country for 5 years has been formed. New names were appointed to the Ministry of Treasury and Finance, Ministry of Trade, Ministry of Industry and Technology, which are closely related to our sector. We wish that the election results and the new government will be beneficial for all our citizens, especially for our sector.

As a sector, we have expectations from the newly formed government. As is well known, our exporters have been procuring the gold they use in production at a higher price than the world markets for some time. This situation negatively affects our exporter companies in international competition. We want the problem of raw material supply to be solved quickly so that Turkish jewelry does not suffer further blood loss.

As in the last 5 years, our most important agenda in the new period will be to implement the Gold Based Accounting System. Under previous governments, significant progress had been made and Gold Accounting was in the process of being enacted into law. However, the intense political agenda of our country unfortunately prevented the issue from becoming law. As İKO, we would like to emphasize once again that we consider it imperative and vital that the current Inflation Accounting, which we see as the biggest obstacle to the growth, branding and institutionalization of the sector, should be changed rapidly and switched to a "Gold Based Accounting System".

Our GLT Diamond Seminars, which we started in our cities to inform our retail colleagues before the pandemic, continue. In this context, we recently met with tradesmen in İzmir and Trabzon. We would like to thank our chambers and association presidents who support the organization of these events and our companies and brands that support us with sponsorships.

We expect you, our esteemed colleagues, to show sensitivity in the use of the İKO PRICE MOBILE APPLICATION and PRICE SCREENS, which we have developed to end price discussions in the market.

We wish all our colleagues a good wedding season, and a blessed Eid al-Adha.

Cetaş'ın en sevilen altın mücevher koleksiyonları

Gelecek yıl kuruluşunun 50. yılını kutlamaya hazırlanan Cetaş Jewelry, kurulduğu günden bu yana altın mücevher üretiminde kaliteden ödün vermeyen bir kusursuzluk anlayışıyla; en yeni teknolojiyi takip eden; ancak el işçiliğinden de asla vazgeçmeyen bir motivasyonla yoluna devam ediyor.



Deneyimiyle sektörde daima yol açan ve her bir altın mücevhere elleriyle hayat veren Cetaş zanaatkarlarının dehası, yenilikçi teknolojiyle buluşuyor ve her tasarımı benzersiz kılıyor. Cetaş'a özel alışımalar sayesinde cila standartları çok yüksek olan ve yine sadece Cetaş'a özel canlı altın renklerine sahip tüm tasarımlar, görenlerde hayranlık uyandırıyor. Yenilik ve keşif arzusu ise Cetaş tasarım felsefesinin özünü oluşturuyor. Sürekli araştıran, sanatın her alanıyla beslenen, Türkiye ve dünya trendlerini yakından takip eden profesyonel tasarım ekibinin bitmek bilmeyen yenilik tutkusu, benzersiz çizimlerde hayat buluyor. Yüzlerce çizimin arasından ancak mükemmele ulaşabilenleri, bilgisayar destekli yazılımlar sayesinde iki boyuttan üç boyuta atlayabiliyor. Tasarım ekibinin zengin hayal gücünü, kusursuz işçilik ve tüketicilerin sürekli değişen dünyalarıyla uzlaştırmayı başaran Cetaş, kurulduğu günden beri güncel amazamansız, taklit edilecek kadar özgün ve ikonik yüzlerce tasarıma imza atmıştır. Yenilikçi ve kalitede ısrarcı ismiyle fark yaratan bir firma olarak profesyonel tasarım ekibiyle altın mücevherde trendlere yön vermeye devam ediyor. Cetaş'ın en sevilen altın mücevher koleksiyonlarını sizler için derledik:



Eterna Koleksiyonu: Güneşi Kışkırtan Altın İşlıtı!

Bilindiği gibi antik çağlardan bu yana daire veya halka şeklindeki cisimlerin, başlangıç ve bitiş noktalarının olmaması nedeniyle sonsuzluğu simgelediğine inanılırdı. Üstün Hollow teknolojisi ile üretilen ve sonsuzluk anlamına gelen «Eterna» zincirleri ile Cetaş, hem halkaların hem de kolye veya bileziğin takıldığı zaman meydana getirdiği dairenin sonsuzluğuna vurgu yaparak, kadınlara zamansız ve kalıcı bir altın mücevher armağan ediyor.

Fortuna Koleksiyonu: Tüm İyi Gözler Üzerinizde!

İlham kaynağını mitolojideki şans, talih, beklenmeyen ya da umulmayan başarıların tanrıçası Fortuna'dan alan koleksiyonun en dikkat çeken ögesi göz boncuğudur. Cetaş yüzyıllardır birçok kültürde ve dinsel inançta, kötülükleri uzaklaştıran güçlü bir tılsım olarak kabul edilen göz figürünü kullandığı yeni koleksiyonuyla nazara inananları korumayı hedefliyor. Geçmişten günümüze sevilen bir figür olan göz boncuğu hiç bu kadar çekici ve trendy olmamıştı...

Minima Koleksiyonu: Senin şeklin, senin tarzın. Şeklini seç, tarzını yansıt!

Minimal ama cesur, yalın ama sofistike, güncel ama zamansız şekillerin Cetaş yorumuyla birbirinden güzel mücevherlere dönüştüğü 'Minima' koleksiyonu, kadınlara akıllı lüksün hazzını yaşıyor. Tasarımdan üretime, taş kalitesinden cılasına tüm detaylarında mükemmellik ve kalitenin öne çıktığı koleksiyon, canlı mine renkleri ve çok yönlü kullanıma imkan veren tasarımlarıyla dikkat çekiyor. Altın tutkunu tüm kadınların, Minima Koleksiyonu'nun zengin seçenekleri arasından, stillerini yansıtan en uygun şekli bulmaları mümkün.

Olivia Koleksiyonu: Sonsuza kadar Işılda!

En az insanlık tarihi kadar eski olan zeytin ağacı, hemen her kültürde kutsal kabul edilerek barışın, bereketin, uzun ve sağlıklı yaşamın sembolü olarak kabul edilmiştir. İnsanlık için böylesine önemli değerlerin simgesi olan zeytin ağacı ve bu ağacın her daim yeşil kalan yaprakları, Cetaş tasarımcılarına da ilham vermiş ve tüm kadınları zamansız hissettiren yalın ama sofistike bir altın mücevher koleksiyonu ortaya çıkmıştır. Hem özeldelerde, hem de gündelik kullanıma uygun mineli tüm Olivia mücevherleri, Cetaş zarafet ve kalitesini de ortaya koymaktadır.



Cetaş's most popular gold jewelry collections

Preparing to celebrate its 50th anniversary next year, Cetaş Jewelry continues its journey with an understanding of perfection that does not compromise on quality in gold jewelry production since the day it was founded; following the latest technology; but with a motivation that never gives up craftsmanship.

The genius of Cetaş artisans, who always pave the way in the sector with their experience and give life to each gold jewel with their hands, meets innovative technology and makes each design unique. All designs, which have very high polishing standards thanks to Cetaş's special alloys and have vibrant gold colors exclusive to Cetaş, arouse the admiration of those who see them. The desire for innovation and discovery is at the core of Cetaş design philosophy. The endless passion for innovation of the professional design team, which constantly researches, feeds on every field of art and closely follows the trends in Turkey and the world, comes to life in unique drawings. Among hundreds of drawings, only the ones that reach perfection can jump from two to three dimensions thanks to computer-aided

software. Cetaş has succeeded in reconciling the rich imagination of its design team with impeccable craftsmanship and the ever-changing worlds of consumers. Since its establishment, Cetaş has created hundreds of designs that are unique and iconic enough to be imitated without being outdated. As a company that makes a difference with its innovative and quality-insistent name, it continues to shape the trends in gold jewelry with its professional design team. We have compiled the most popular gold jewelry collections of Cetaş for you: :

Eterna Collection Gold Glitter that Makes the Sun Jealous!

Since ancient times, it was believed that circular or ring-shaped objects symbolized infinity because they had no starting and ending points. With the "Eterna"

chains produced with superior Hollow technology and meaning eternity, Cetaş presents women with a timeless and permanent gold jewelry gift by emphasizing the eternity of both the rings and the circle formed when the necklace or bracelet is worn.

Fortuna Collection: All Good Eyes on You!

Inspired by Fortuna, the mythological goddess of luck, fortune and unexpected or unexpected success, the most striking element of the collection is the eye bead. Cetaş aims to protect those who believe in the evil eye with its new collection, which uses the eye figure, which has been accepted as a powerful talisman that repels evil in many cultures and religious beliefs for centuries. The eye bead, a beloved figure from the past to the present, has never been so attractive and trendy...

Minima Collection: Your shape, your style. Choose your shape, reflect your style!

Minimal yet bold, simple yet sophisticated, contemporary yet timeless shapes transformed into beautiful jewels with Cetaş's interpretation, the 'Minima' collection offers women the pleasure of smart luxury. The collection, where excellence and quality stand out in all details from design to production, from stone quality to polish, draws attention with its vibrant enamel colors and designs that allow versatile use. It is possible for all gold-loving women to find the most suitable shape that reflects their style among the rich options of the Minima Collection.

Olivia Collection: Glow forever!

The olive tree, which is at least as old as the history of mankind, has been considered sacred in almost every culture and has been accepted as a symbol of peace, fertility, long and healthy life. The olive tree and its evergreen leaves, the symbol of such important values for humanity, inspired Cetaş designers to create a simple yet sophisticated gold jewelry collec-

tion that makes all women feel timeless. All Olivia jewelry with enamel, suitable for both special occasions and daily use, also reveals the elegance and quality of Cetaş.

Mr. Motto Collection: The Choice of Men Who Make a Difference with Life Motto!

The Motto collection is inspired by the carabiner, a versatile attachment used in extreme sports. Thanks to the innovative carabiner lock, the mechanism of which is patented by Cetaş, the combined chains create an irresistible visual richness. The alluring combination of gold and silver seduces all charismatic men who want to be noticed for their life motto, while the contrasting colors symbolize the enigmatic aspects of the male soul. In the product promotion catalog of the collection, the Cetaş team exhibits all designs accompanied by life mottoes.

Bambino Collection: Always Happy Like Children!

The Bambino collection is inspired by the colorful, joyful and versatile world of children. Designed for the enduring elegance of girls and boys, each figure has a charm that no child can remain indifferent to. Flowers, fruits, automobiles and cute animals, every beautiful thing that children are passionate about turns into a meaningful piece of jewelry. With the fun Bambino products, children also love Cetaş quality.



Bay Motto Koleksiyonu: Yaşam Mottosuyla Fark Yaratan Erkeklerin Tercihi!

Motto koleksiyonu esin kaynağını doğa sporlarında kullanılan çok yönlü bir bağlantı parçası olan karabinadan alıyor. Mekanizma patenti Cetaş'a ait olan inovatif karabina kilit sayesinde birleşen zincirler, karşı konulmaz bir görsel zenginlik yaratıyor. Altın ve gümüşün çekici birlikteliği, yaşam mottosuyla fark edilmeyi isteyen karizmatik tüm erkekleri baştan çıkartıyor, renklerindeki zıtlık ise erkek ruhunun bilmece gibi yönlerini sembolize ediyor. Koleksiyonun ürün tanıtım katalogunda ise Cetaş ekibi yaşam mottoları eşliğinde tüm tasarımları sergiliyor.

Bambino Koleksiyonu: Çocuklar Gibi Daima Şen!

Bambino koleksiyonu ilhamını çocukların renkli, neşeli ve çok yönlü dünyasından alıyor. Kız ve erkek çocuklarının kalıcı şıklığı için tasarlanan her figür, hiçbir çocuğun kayıtsız kalamayacağı bir cazibeye sahip. Çiçekler, meyveler, otomobiller ve birbirinden şirin hayvanlar ile çocukların tutkunu oldukları her güzel şey, anlamlı bir mücevhere dönüşüyor. Birbirinden eğlenceli Bambino ürünleri ile artık çocuklar da Cetaş kalitesini çok seviyor.

Geniş ürün yelpazesıyla yatırımda en güvenli dijital çözüm ortağınız: **AgaKulche.**

Her bütçeye uygun **AgaKulche** gram altınlar, sikkeler, LBMA onaylı uluslararası rafinerilerin altın ve gümüşleri tek tıkla ve 7/24 güvenle elinizin altında.



Digital Catalog





Rekor Kuyumculuk, bilezikteki kalitesini kurumsallaşarak geleceğe taşıyacak

Rekor Kuyumculuk, ürün ve konseptlerini kaç yılın deneyimi ışığında müşterilerine sunuyor?

Mesleği merhum babam Hasan Demirci'den öğrendim. 1990'lı yıllardan beri hep bilezik ürettik. İçi boş bilezik modeli ile yola çıktık, sonrasında ürün konseptlerimiz gelişe gelişe bugüne geldi.

Firmanızın ürün yelpazesi ve çeşitleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Kelepçesinden tel bileziğine bilezikte her modeli üretebiliyoruz. Son teknoloji ile sürekli güncellediğimiz makine parkurumuz ve işinin uzmanı ustalarımız sayesinde tüm bilezik gruplarında son derece iddialyız.

30 yılı aşkın bir süredir bilezikteki ustalığını kalitesiyle perçinleyen Rekor Kuyumculuk, bu başarısını geleceğe taşımak için kurumsallaşma çalışmalarına hız verdi. 22 ayar başta olmak üzere 8, 14 ve 18 ayalarda özgün bilezik modellerini müşterilerine sunduklarını belirten Rekor Kuyumculuk firma sahibi İbrahim Demirci, gelecek için kurumsallaşma yatırımlarını artırarak iş yaptıkları her kategoride çitayı yükseltmeyi planladıklarını söyledi.

Piyasada en çok ilgi gören model grubunuz hangisi?

Ajda bilezik, son zamanlarda çok popüler. Özellikle sosyal medyada oluklu Ajda, eski bir model olmasına rağmen gençler tarafından da tercih ediliyor. Ayrıca, klasikler arasına giren tel bilezikler de halen çok talep görüyor. Bizde bilezikte ürün çeşidi çok fazladır. Birini diğerinden ayırmadan hepsi piyasada ilgi görüyor.

Firma olarak ürün gruplarınıza yeni kategoriler eklemeyi planlıyor musunuz?

Rekor Kuyumculuk olarak bilezik konusunda uzmanlaştık. Sevdiğimiz için bırakmak da istemiyoruz. Tabii ki, Kuyumcukent Fabrikalar Bölümü'ndeki üretim hattımızda farklı dalları da geliştirebilecek kapasiteye sahibiz. Bilezik ana ürün grubumuz; ancak vizyonumuz, piyasadaki gelişmeler ve müşteri talepleri kapsamında farklı branşları da değerlendirebiliyoruz.

Rekor imzalı bilezik konseptlerinizin rakiplerinizden farklı unsurları nelerdir?

Müşterilerimiz, daha çok kalitemizden dolayı bizi tercih ediyor. Biz, kaliteden asla taviz vermiyoruz. Cilasından kalemine, renginden ayarına sorunsuz bilezik yapmaya çalışıyoruz. Müşteri memnuniyeti ve sadakati bizim için çok önemlidir. Ba-

şarımızın bir diğer nedeni ise uzun yıllardır birlikte çalıştığımız deneyimli bir ekibe sahip olmaktır. Benden bile eski çalışanlarımız var. Tabii ki işi sevmek de önemlidir. Rahmetli babam derdi ki; 'Bir daha dünyaya gelsem yine de kuyumcu olmak isterdim. Çünkü, kuyumculuk hiçbir zaman beni yarı yolda bırakmadı. İhtiyacım olduğunda keserdim o sarıyı cebime parayı koyar, kimseye minnet etmezdim.'

Rekor Kuyumculuk'un bugün iç piyasa ve ihracatta ulaştığı büyüklük nedir?

Rekor Kuyumculuk olarak iç piyasada ilk üçe gireriz diye düşünüyorum. Bilezik ürün gamı, iç piyasaya daha uygun olduğu için yurt içi ağırlıklı bir pazarlama stratejisi yürütüyoruz. Zengin bilezik modellerimiz, Vezir Han'da 'Osman Sözkese' yönetimindeki toptan mağazamız ile Marmara Bölgesi başta olmak üzere tüm bölgelere ulaşıyor. Zaman zaman Dubai, Kuzey Irak ve Kuzey Afrika ülkelerine de ihracat yapıyoruz.

Düğün sezonu için geliştirdiğiniz yeni ürün grupları var mı?

Bizim zaten her hafta tezgahlarımızdan yeni ürünler çıkıyor.

Kaliteli üretim ve koşulsuz müşteri memnuniyeti Rekor Kuyumculuk için ne ifade ediyor?

Yüzde 100 müşteri memnuniyeti için kalite standartlarına harfiyen uyuyoruz. Bu konuda ne gerekiyorsa belirli



Ibrahim Demirci / Rekor Kuyumculuk firma sahibi

Through institutionalization, Rekor Jewellery will maintain the quality of its bracelets in the future.

Rekor Jewellery has been fusing its quality and bracelet-making expertise for more than 30 years. To ensure that this success continues in the future, the company has increased its institutionalization efforts. Owner of the Rekor Jewellery company Ibrahim Demirci stated that they provide unique bracelet models in 8, 14, and 18 carats, particularly 22 carat, and that they intend to raise the bar in every category they operate in by expanding their institutionalization investments in the future.

How many years of experience does Rekor Jewellery offer its products and concepts to its customers?

Since taking over in 2005, we have continued the profession that my loving father Hasan Demirci began in 1976. We have always produced bracelets since the early years. We started out with the hollow bracelet model, and then our product concepts evolved and evolved to the present day.

Can you give information about your company's product range and types?

We can produce every model in bracelets from clamp to wire bracelet. We are extremely assertive in all bracelet groups thanks to our machine park, which we constantly update with the latest technology, and our expert craftsmen.

Which model group is the most popular in the market?

The Ajda bracelet, very popular lately. Especially on social media, Ajda is also preferred by young people despite being a former model. In addition, wire bracelets, which have become classics, are still very much in demand. We have a wide variety of products in bracelets. Without distinguishing one from the other, all of them are attracting interest in the market.

As a company, do you plan to add new categories to your product groups?

As Rekor Jewelry, we specialize in bracelets. We don't want to leave because we love them. Of course, we have the capacity to develop different branches in our production line in Kuyumcukent Factories Department. Bracelets are our main product group; however, we can also evaluate different branches within the scope of our vision, market developments and customer demands.

What are the different elements of your Rekor signed bracelet concepts from your competitors?

Our customers prefer us mostly because of our quality. We never compromise on quality. From the polish to the pencil, from the color to the setting, we try to make bracelets without any problems. Customer satisfaction and loyalty are very important to us. Another reason for our success is having an experienced team that we have been working with for many years. We have employees older than me. Of course, it is also important to love the work. My late father used to say; 'If I were born again, I would still want to be a jeweler. Because jewelry has never let me down. I would cut that yellow when I needed it, put the money in my pocket, and I wouldn't be grateful to anyone.'

What is the size that Rekor Jewelry has reached today in the domestic market and exports?

As Rekor Jewelry, I think we will be in the top three in the domestic market. Since the bracelet product range is more suitable for the domestic market, we carry out a domestic-oriented marketing strategy. Together with our partner Osman Sözkese, we deliver our rich bracelet models to all regions, especially the Marmara Region, through our wholesale store in Vezir Han. From time to time, we also export to Dubai, Northern Iraq and North African countries.

Are there any new product groups you have developed for the wedding season?

We already have new products on our stalls every week.

What does quality production and unconditional customer satisfaction mean for Rekor Jewelry?

We strictly adhere to quality standards for 100 percent customer satisfaction. We fulfill whatever is necessary in this regard within a certain discipline and ensure its continuity.

Do you have a motto or motto that you care about in trade?

We attach great importance to 'Continuity' in everything we do. Because if there is continuity in a business, there is success. The rate of customer satisfaction automatically rises if you consistently provide flawless products to your clients.

What would you like to say about your future goals as a company?

With the demands of our clients, our production capacity is advancing and expanding daily. As Rekor, we plan to enter different branches in the future and rise in every category we do business in. As a company, we have also focused on our work on institutionalization and branding.

What is your opinion about future and today's of the sector?

Jewelers are currently prohibited from issuing bills because of significant financial responsibilities, despite their desire to do so. We want to pay more taxes and institutionalize, but this is impossible due to the legislation. To ensure the sector companies' healthy development and institutionalization, the Gold Accounting system must be put into place.



bir disiplin içerisinde yerine getiriyor ve bunun sürekliliğini tesis ediyoruz.

Ticarete önemsedığınız bir parola ve mottonuz var mı?

Yaptığımız her işte 'Süreklilik' olgusuna büyük önem veriyoruz. Çünkü, bir işte devamlılık varsa mutlaka başarı da vardır. Yıllarca kusursuz ürünleri müşterilerinizle buluşturursanız doğal olarak memnuniyet oranı da artıyor.

Firma olarak gelecek hedefleriniz konusunda neler söylemek istersiniz?

Müşterilerimizin talepleriyle üretim kapasitemiz her geçen gün geliyor, büyüyor. Rekor olarak gelecekte belki farklı branşlara da girerek iş yaptığımız her kategoride yükselmeyi planlıyoruz. Firma olarak kurumsallaşma ve markalaşma konularındaki çalışmalarımızı da ağırlık verdik.

Sektörün bugününü ve geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Mevcut uygulama nedeniyle kuyumcular, isteseler de ağır mali yükümlülükler nedeniyle fatura kesemiyor. Daha fazla vergi vermek ve kurumsallaşmak istiyoruz; ancak mevzuat nedeniyle bu imkansız. Bu nedenle, sektör firmalarının sağlıklı büyümesi ve kurumsallaşması için Altın Muhasebesi sisteminin hayata geçmesini hayati derecede önemlidir.

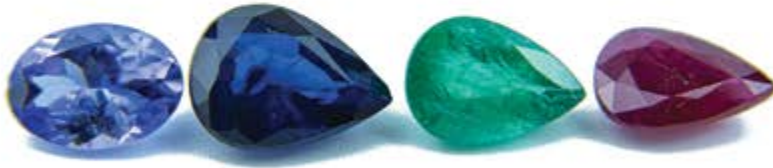


Veysel Karali Bayram, Ali Çifçiler, Osman Sözkese



PREMIUM

India Stone



Topaloglu®
Silver / Co


ÖZGEMS
DEĞERLİ TAŞLAR

Adres: Molla Fenari Mahallesi Bileyciler Sokak No:18 Fatih/İstanbul
Tel: 0 546 813 35 85



indiastonesilverr

Bakirel, pırlantada hedef büyüttü

JEWELOUS, ilk perakende mağazasını Avrupa'da açacak

Altın alanında 41 yıllık bir deneyime sahip olan Bakirel Jewellery'nin pırlanta markası JEWELOUS. 3 yıl içerisinde önemli başarılarla imza attı. Pırlanta konseptlerinin iç piyasa ve yurt dışında yoğun talep gördüğünü belirten Bakirel Jewellery 2. kuşak temsilcisi Yusuf Bakirel, ilk etapta Avrupa, ardından Amerika'da ana toptan ofisleri ve butik perakende mağazaları açmayı planladıklarını açıkladı.



1982 yılında kurulan Bakirel Jewellery firmasını bugüne taşıyan artıları nelerdir?

Firmamız babam Aziz Bakirel ve amcam Yakup Bakirel tarafından kuruldu. Ben, ailenin 2. kuşak temsilcisiyim. Bize hep, kalite ve özveriden kesinlikle ödün vermemiz gerektiği tavsiyesinde bulundular. Müşteri memnuniyetinin önemine dikkat çektiler. Ürünlerimiz ile ilgili müşterilerimizden olumsuz bir geri dönüş olmaması için özveri ile bitirip müşteri odaklı bir çalışma yürütmemizi önerdiler.

Bakirel firmasını piyasada öne çıkaran en önemli ürün grubu hangisi?

Üretimlerimizi dönemin ihtiyaç ve talebine göre oluşturuyoruz. Bu kapsamda, 2-3-4 yıllık güncel projelerle çalışıyoruz. Son zamanlarda gürmet zincir ve bileklik odaklı bir çalışma yürütüyoruz. Bunların yanında renkli taşlı yüzükler ve renkli taşlı takımlarımız mevcut. Biz, montürde de iddialıyız. Gürmet montür ihracatında ciddi bir başarı yakaladık.



Bakirel Jewellery, iç piyasa ve ihracatta hangi noktalara ulaşıyor?

İç piyasada her bölgede etkili olan bir pazarlama ağıımız var. İhracatta ise ABD, İsrail, Balkan ülkeleri, ağırlıklı Dubai olmak üzere birçok ülke ile çalışıyoruz.

Üç yıl önce JEWELOUS markasıyla pırlanta işine de girdiniz. Piyasadan talep mi oldu?

Pırlanta, ülkemizde son 10-15 yıldır revaçta olan bir ürün grubu. Vatandaşlarımız altını çok seviyor; ama pırlanta kültürü de oluşmaya başladı. Bu süreçte biz de pırlanta işine girmeye karar verdik. İşinin uzmanı profesyonel çalışma ekibimizle son üç yılda aldığımız yol, bizi fazlasıyla memnun etti.

JEWELOUS markası adı altında ne tür ürünler geliştiriyorsunuz?

Pırlanta kategorisinde aklınıza gelebilecek her model var. Yüzük, bileklik, gerdanlık, düğün setleri, evlilik teklifi yüzükleri, tektaş ve beştaş gibi tüm ürünlerde çalışıyoruz. Marka olarak asıl ustalaştığımız



Yusuf Bakirel

Bakirel raised its target in diamonds JEWELOUS to open its first retail store in Europe

JEWELOUS, the diamond brand of Bakirel Jewellery, which has 41 years of experience in gold, has achieved significant success in 3 years. Yusuf Bakirel, the 2nd generation representative of Bakirel Jewellery, who stated that their diamond concepts are in high demand both in the domestic market and abroad, announced that they plan to open main wholesale offices and boutique retail stores in Europe in the first stage and then in America.

Founded in 1982, what are the pros of Bakirel Jewellery that carry the company to today?

Our company was founded by my father Aziz Bakirel and my uncle Yakup Bakirel. I am the second generation representative of the family. They always advised us that we should never compromise on quality and dedication. They emphasized the importance of customer satisfaction. They suggested that we finish with dedication and carry out a customer-oriented work so that there is no negative feedback from our customers about our products.

Which is the most important product group that makes Bakirel stand out in the market?
We create our productions ac-

cording to the needs and demands of the period. In this context, we work with current projects of 2-3-4 years. Recently, we have been focusing on gourmet chains and bracelets. In addition to these, we have rings with colored stones and sets with colored stones. We are also assertive in montage. We achieved a serious success in Gourmet montage exports.

Which points does Bakirel Jewellery reach in the domestic market and exports?

In the domestic market, we have an effective marketing network in every region. In exports, we work with the USA, Israel, Balkan countries and many countries, mainly Dubai.

Three years ago, you also entered the diamond business with the JEWELOUS brand. Was there a demand from the market?

Diamonds have been a popular product group in our country for the last 10-15 years. Our citizens love gold very much, but diamond culture has also started to emerge. In this process, we decided to enter the diamond business. We are very pleased with the progress we have made in the last three years with our professional team of experts.

What kind of products are you developing under the JEWELOUS brand?

There is every model you can think of in the diamond category. We work on all products such as rings, bracelets, necklaces, wedding sets, marriage proposal rings, solitaires and pentestones. The product group we have mastered as a brand is baguette concepts. Today, the baguette product group is very popular in the market. If demand changes after six months, we quickly adapt our production strategy.

In addition to jewelry, do you also provide stone supply services to your customers?

We have a serious stock of stones in every size. We have all stones from 0.01 centimeters to 1.5-2 car-

ats, which we call the smallest -2.

As 'JEWELOUS', what kind of a line do you have in design?

We reflect the changing and differentiating demands of our customers in our products. In the meantime, we also have products in which we put our own style. We also have classic concepts with baguette and trapeze. We also develop boutique models that are unique in the market.

How is the demand for 'JEWELOUS' jewelry in the domestic market and abroad?

Demand in the domestic market is better than we expected. We thought that the fluctuations in exchange rates would affect the diamond trade. However, when gold rose a lot, the gap between gold and diamonds closed a bit more. Diamonds are still in demand in the domestic market. Demand abroad remains unchanged. They ask for whatever amount they need. When we present a new model, they say let's try it.

Where do your diamond concepts reach in the domestic and export markets?

We work with all regions in Turkey. As for exports, we were working seriously with those countries before the Russia-Ukraine war.



mız ürün grubu ise bagetli konseptlerdir. Bugün, piyasada bagetli ürün grubu çok revaçta. Altı ay sonra talep değişirse üretim stratejimizi hızla adapte ederiz.

Mücevherin yanında müşterilerinize taş tedariki konularında da hizmet veriyor musunuz?

Bünyemizde her boyda ciddi bir taş stokumuz var. 0,01 santimden en ufak -2 değerimiz 1,5-2 karata kadar tüm taşlarımız mevcuttur.

'JEWELOUS' olarak tasarımda nasıl bir çizgiye sahipsiniz?

Müşterilerimizin değişen ve farklılaşan taleplerini ürünlerimize yansıtıyoruz. Bu arada kendi çizgimizi ortaya koyduğumuz ürünlerimiz de var. Bagetli ve trapezli klasik konseptlerimiz de bulunuyor. Ayrıca, piyasada eşi benzeri olmayan butik modeller de geliştiriyoruz.



'JEWELOUS' imzalı mücevherlere iç piyasa ve yurt dışında talep nasıl?

İç piyasada talep beklediğimizden daha iyi. Kurlardaki dalgalanmaların pırlanta ticaretini etkileyeceğini düşünüyorduk. Fakat, altın çok yükselince altın ve pırlanta arasındaki makas biraz daha kapandı. Pırlanta, hala iç piyasada talep görüyor. Yurt dışındaki talep ise değişmiyor. İhtiyaçları ne kadarsa o miktarı istiyorlar. Yeni bir model sununca da bir deneyelim diyorlar.

İç piyasa ve ihracatta pırlantalı konseptleriniz nerelere ulaşıyor?

Yurt içinde tüm bölgelerle çalışıyoruz. İhracatta ise Rusya-Ukrayna savaşından önce o ülkelerle ciddi bir şekilde çalışıyorduk. Şu anda çalışıyoruz; ama eski volümde değil. İsrail, önemli bir marketimiz. Amerika ve Avrupa ülkeleri ile çalışıyoruz. Fransa ve İngiltere'de güçlüyüz. Türk cumhuriyetleri ile ticaretimiz var. JEWELOUS ürünlerini Ortadoğu'da Dubai, Bahreyn ve Katar'a gönderiyoruz.

Bu yıl düğün sezonu için geliştirdiğiniz model ve koleksiyonlar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Her bütçeye hitap edebilmek amacıyla gramajları hafifleterek düğün gerdanlık seti olarak markizli ve damlalı setler hazırladık. Ayrıca, evlenecek çiftler için bağıtli ürün gruplarımız var. Pandemi sonrasında suyuolu bileklik ve gerdanlık modellerine talep arttı. Vatandaşlar, suyuolunu günlük kullanımın yanı sıra düğün seti olarak da tercih etmeye başladı.

Firmada ikinci kuşağı tercih ediyorsunuz? İş hayatında öncelikleriniz neler olacak?

Kurucularımızın kalite hassasiyeti ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışmaları bize ders oluyor. Firma olarak imkanlarımız olmasına rağmen globalleşmeyi başaramadık. İkinci kuşak olarak hedefimiz; tamamen globalleşen bir firma olmaktır. İç pazarda deneyimli pazarlama ekiplerimizle sahada sorun yaşamıyoruz. Biz, Avrupa ve ardından Amerika'da ana toptan ofisleri ve akabinde de perakende butik mağazaları açmayı hedefliyoruz.



Yusuf Bakirel

We are working now, but not at the old volume. Israel is an important market. We work with American and European countries. We are strong in France and the UK. We have trade with the Turkic republics. We send JEWELOUS products to Dubai, Bahrain and Qatar in the Middle East.

Can you tell us about the models and collections you developed for the wedding season this year?

In order to appeal to every budget, we have prepared sets with marquise and drops as wedding necklace sets by lightening the weights. We also have product groups with baguettes for couples getting married. After the pandemic, demand for waterway bracelet and necklace models in-

creased. Citizens started to prefer the waterway as a wedding set as well as for daily use.

Do you prefer the second generation in the company? What will be your priorities in business life?

The quality sensitivity and customer satisfaction-oriented work of our founders is a lesson for us. Although we have the means as a company, we have not succeeded in globalization. As the second generation, our goal is to become a fully globalized company. With our experienced marketing teams in the domestic market, we have no problems in the field. We aim to open main wholesale offices in Europe and then in America, followed by retail boutique stores.



İKO'dan altın fiyatları için mobil çözüm

İstanbul Kuyumcular Odası (İKO), altın fiyatlarıyla ilgili tartışmaları sona erdirmek ve fiyatların kuyumcular ve tüketiciler tarafından anlık olarak takip edilmesi için İKO Fiyat mobil uygulamasını hayata geçirdi. İKO Başkanı Mustafa Atayık, mobil uygulama ile serbest piyasa koşullarına uygun bilgilendirme amaçlı fiyatlarla kuyumcular ile müşteri arasındaki fiyat bazlı tartışmaları ortadan kaldırmayı hedeflediklerini söyledi.



İKO FİYAT EKRANI MOBİL UYGULAMASIYLA TÜKETİCİLER BULUNDUKLARI KONUMDAKİ SERBEST PİYASA FİYATLARINI DOĞRU KAYNAKTAN GÜNCEL OLARAK EKRANINDA GÖREBİLMEKTEDİR.

İstanbul Kuyumcular Odası (İKO), piyasada altın fiyatlarıyla ilgili yaşanan sorunlara çözüm getirmek amacıyla harekete geçti. İKO, bu kapsamda tüketicilerin fiyatları anlık olarak takip etmesi amacıyla İKO Mobil uygulamasını hayata geçirdi. İstanbul Kuyumcular Odası Başkanı Mustafa Atayık, "Vatandaşlarımız telefonlarında App Store ve Google Play'den 'İKO Fiyat' uygulamasını ücretsiz indirerek kullanabilir ve anlık olarak fiyatları takip edebilir." dedi. Kuyumcu mağazalarında özellikle altın fiyatlarının yüksek seyri nedeniyle müşterilerle yaşanan tartışmaların en başında fiyatların geldiğine işaret eden Atayık, altın fiyatlarının mobilden anlık takip edilmesini amaçlayarak hayata geçirdikleri "İKO Fiyat" uygulaması hakkında şunları söyledi.

"Vatandaşlarımız, genellikle televizyonlar ve haber sitelerindeki fiyatlara bakarak kuyumcuya gidiyor. Söz konusu fiyat, kuyumcuda olmayınca da sorun çıkıyor. Ancak, bilinmeli ki televizyon ekranlarının alt tarafında ve sitelerin en çok okunan kısımlarında yer alan gram fiyatları, altının işlenmemiş, hammadde fiyatıdır. Ku-

yumcunun verdiği fiyat ise Darphane ve rafinerilerimizde işlenmiş, atölyelerimizde emek harcanmış, işçiliği de eklenmiş fiyattır. Her meslekte olduğu gibi kuyumculukta da toptan ve perakende fiyatları farklılık gösterebiliyor. Piyasada yayınlanan fiyatların da toptan fiyatları olabileceği unutulmamalıdır. İKO olarak işte bu nedenlerle Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri Yönetmeliği'nin 6'ncı maddesinin 2'nci bendine tüketicilerin en çok tercih ettiği altın gruplarıyla ilgili serbest piyasa koşullarına uygun bilgilendirme amaçlı, bağlayıcı niteliği olmayan fiyatları İKO fiyat uygulaması ile vatandaşlarımıza ve meslektaşlarımıza sunuyoruz."

www.fiyat.iko.org.tr adresinden sürekli güncellenen listelerin kuyumcu mağazalarındaki fiyat ekranlarında olması ve ekrandaki fiyatların borsalardaki gelişmelerle anlık olarak değişmesinin, tüketici-kuyumcu arasındaki güveni pozitif yönde etkilediğini ifade eden Atayık, İKO olarak serbest piyasa koşullarına uygun bilgilendirme amaçlı fiyatlarla kuyumcular ile müşteri arasındaki fiyat bazlı tartışmaları ortadan kaldırmayı hedeflediklerini dile getirdi.

Konuma göre, fiyatlar değişiyor

İKO Başkanı Atayık, fiyat uygulamasında müşterilerin bulunduğu konum ve ikamet ettiği ilçelere göre fiyatların farklılık gösterebileceğini açıkladı.

"Bilindiği gibi İstanbul'da ilçeler arasında farklılık olduğu gibi illerimizde de meslektaşlarımızın mağazalarının kira, istihdam ve diğer girdi maliyetleri farklılık gösterebiliyor. Bu farklı maliyetler, her meslekte olduğu gibi doğal olarak kuyumculukta da fiyatlara yansıtılıyor. Bu nedenle İKO Fiyat mobil uygulamasında, tıpkı hava durumunda olduğu gibi vatandaşın bulunduğu konuma göre, bölge, ilçe ve illerin kuyumcu fiyatları anlık olarak yer alıyor. Konumunu de-"

tirdiğinde ise en yakın olduğu ilçedeki kuyumcu fiyatları ekranına düşüyor.”

İKO Fiyat’ı herkes kullanabilecek

Altın fiyatlarının İKO Fiyat uygulamasından takip edilmesi çağrısında bulunan Atayık, Türkiye’nin diğer illerindeki kuyumcu oda ve derneklerin de kendi isim ve logolarıyla mobil uygulamayı kullanabileceklerini açıkladı.

“İKO Fiyat mobil uygulaması ile piyasada kuyumcu ile vatandaş arasında fiyat bazlı tartışmaları noktalamayı hedefliyoruz. Türkiye kuyumculuk sektörü adına haber ve ekonomi kanallarımıza, internet sitelerine bugünden sonra lütfen altın fiyatlarını sektörün en önemli temsil kurumu olan İKO Fiyat uygulamasından takip etmeleri çağrısında bulunuyoruz. Kuyumcu mağazalarında bulunan İKO Fiyat Ekranı’mız bugün İstanbul’da 32 ilçede ve Anadolu’da Adıyaman, Afyon, Amasya, Ağrı, Bursa, Elazığ, Hakkari, Kars, Kütahya, Mardin, Osmaniye, Şanlıurfa, Bingöl, Kastamonu olmak üzere yaklaşık 2 bin kuyumcu tarafından faal olarak kullanılıyor. Bu sayı, her geçen gün hızla artıyor. Vatandaşlarımız da; artık İKO Fiyat uygulamasıyla fiyatları anlık olarak görebiliyor. Yani, vatandaşlarımızın girdiği kuyumcu mağazasındaki fiyatla mobil uygulamadaki fiyatlar aynıdır. Vatandaşlarımız, artık gönül rahatlığı içinde İKO Fiyat uygulamasını ücretsiz indirerek kullanabilir.”

Cep telefon kullanımı, yeni bir çalışmayı zorunlu kıldı

Başkan Atayık, zaman içerisinde dijitalleşmeyle birlikte mobil telefonların kullanımının artması ve birçok işlemin bu telefonlar aracılığıyla hızla ve kolay bir şekilde yapılabilmesinin fiyat ekranları konusunda yeni bir çalışmayı zorunlu kıldığını söyledi. Uzun süredir teknolojik altyapısı üzerinde çalıştıkları ve test aşamalarını sürdürdükleri projenin nihayet



sonuçlandığını bildiren Atayık, şunları kaydetti:

“Artık vatandaşlarımız, cep telefonlarında App Store ve Google Play’den ‘İKO Fiyat’ uygulamasını ücretsiz indirerek kullanabilir ve anlık olarak fiyatları takip edebilir. ‘İKO Fiyat’ mobil uygulamasıyla vatandaşlarımız, kuyumcusuna alışverişe gitmeden önce ons altın, çeyrek, yarım, ziynet, 2,5’luk gremse, 22 ayar bilezik, 22 ayar gram altın, 24 ayar gram altın, külçe altın, Cumhuriyet Ata lira, 18 ayar, 14 ayar, tam altın, gümüş, ons gümüş, platin ons ve paladyum ons fiyatlarını anlık olarak görebiliyor. ‘İKO Fiyat’ mobil uygulamasında yer alan fiyat listeleri, İKO tarafından bağlayıcı niteliği olmayan, serbest piyasa koşullarına uygun bilgilendirme amaçlı perakende satış fiyatlarıdır. Listede yer alan 14 ve 18 ayar ürünlerin satış fiyatları ise işçiliğe göre değişmektedir.”

Fiyatları, lütfen İKO Fiyat uygulamasından takip edin!

Fiyat Ekranı ve İKO Fiyat mobil uygulamasının, kuyumculuk mesleğinin gereksinimine gerçeğe en yakın çözümü oluşturması ve bölgelere göre sektörün meslek literatürüne

yeni bir kavram olarak yerleşecek olan “Vitrine Koyma Maliyeti” kavramını gözetten bir işlevi yerine getireceğini belirten Başkan Atayık, altın fiyatları konusunda İKO Fiyat mobil uygulamasının tüm kamuoyu ve medya tarafından takip edilmesi ve referans olarak kabul edilmesi çağrısında bulundu.

“Bu uygulama ile tüketiciler, mobil ekranlarından bulunduğu konumun fiyatlarını görebiliyor. Yani, tüketicinin girdiği mağazadaki fiyatla mobil uygulamadaki fiyatlar aynıdır. Vatandaşlarımız, artık gönül rahatlığı içinde İKO Fiyat uygulamasını ücretsiz indirerek kullanabilir. İKO Fiyat mobil uygulamalarının piyasada kuyumcu ile vatandaş arasında fiyat bazlı tartışmaları sona erdireceğine inanıyoruz. Burada, alanında dünya liderliğine oynayan ve yaklaşık 40 bin işletmeden oluşan Türkiye kuyumculuk sektörü adına haber ve ekonomi kanallarımıza önemli bir çağrıda bulunmak istiyoruz; lütfen altın fiyatlarını sektörün en önemli temsil kurumu olan İKO Fiyat uygulamasından takip edin. Şayet fiyatları bizden almıyorsanız ekranlarda anlık olarak verilen gram fiyatlarının işlenmemiş altın, ham madde fiyatları olduğunu belirtmek gerekir.”

Erdoğan Demir:

“Başkanların birlikteliği ve uyumu sektör için büyük bir şans!”

İKO, Mücevher İhracatçıları Birliği ve İTO Kuyumculuk Komitesi başkanlarının sektörün geleceği için ortak hareket etmelerini sektör için büyük bir şans olduğunu ifade eden İstanbul Kuyumcular Odası (İKO) Başkan Yardımcısı Erdoğan Demir, önceliklerinin Altın Muhasebesi sistemini hayata geçirmek olduğunu söyledi.

Sektörü ve sorunlarını yakından biliyorsunuz. Meslektaşlarınızla yaptığınız sohbet ve görüşmelerde dile getirdikleri en önemli sorunları nelerdir?

Altın esaslı bir muhasebe sisteminin olmaması ve nitelikli personel eksikliği en çok dile getirilen sorunlar olarak öne çıkıyor. Biliyorsunuz, sektöre nitelikli eleman yetiştirmek ve Kapalıçarşı ekolünü gelecek kuşaklara taşımak amacıyla Oda'mızın Mücevher Akademisi dersliklerinde çeşitli eğitimler veriyoruz. Ancak, kuyumculuk çok

farklıdır, diğer mesleklere benzer. İçinde yaşamadan herhangi bir şekilde o mesleği öğrenemiyorsunuz. Yani, okulda üç-dört yıl da geçersen de bu sektörün içinde aktif olarak canlı, bu havayı teneffüs etmeden, Çarşı havasını koklamadan kuyumcu olunmaz. Eğitimin ilk adımlarını Odamız derslikleri ve okullarda attıktan sonra sahada bizzat mesleği deneyimleyerek nitelikli personel yetiştirmemiz gerekiyor. Eskiden küçük yaşlarda çıraklar geliyordu; ama şimdi eğitim hayatının hem uzun olması, hem de farklı sektörlerde insanları adapte etmeleri sektör mensuplarını çok zorluyor.

Sektörde nitelikli eleman ihtiyacı ne zamandan beri var?

Yaklaşık 15 yıldır biz bu personel sorununu yaşıyoruz. Eğitimde 12 yıllık sisteme geçildikten sonra çırak bulmamız, yetiştirmemiz neredeyse sıfırlandı. Çeşitli mesleki okullar açıldı ve onlarla destekleneceği söylendi; ama bu çalışma da yaşadığımız sorunu gidermekte ye-

tersiz kaldı. Bu süreçte yeterli yatırım ve destek olmadığından bazı okullar kapandı. Oda olarak Mücevher İhracatçılar Birliği Yönetimi ile bu konuda koordineli hareket ederek kapatılan bazı kuyumculuk liseleri yeniden eğitime başlamasına ön ayak olduk.

Kuyumcular, en çok hangi alanlarda nitelikli elemanlara ihtiyacı var?

Aslında, tüm alanlarda ihtiyaç var. Özellikle cilacı, tesviye, kaynakçı, lazer kaynakçı bunlar çok kolay yetişen elemanlar değil. Ayrıca, CNC konusunda eksiklerimiz var. CNC makineleri çalıştırabilecek ve aynı zamanda yazılımını ve çizimini yapabilecek personel ihtiyacı da bulunuyor. Bugün; artık, kuyumculuk üretiminde yoğun teknoloji kullanılıyor. Uzman personel çalıştırılmadığında da verimli olamıyoruz.

İstanbul Kuyumcular Odası'nda ikinci dönem için de yeniden seçildiniz. Yeni süreçte yapmayı planladığınız projeler hakkında neler söylemek istersiniz?

Öncelikle, ivedilikle Altın Esaslı Muhasebe Sistemi'ni hayata geçirmek istiyoruz. Bir önceki dönemde en çok mesai harcadığımız konulardan biriydi. İlk etapta Altın Muhasebesi'nin yürürlüğe girmesi için çalışacağız. Yasalaşması konusunda da bayağı mesafe alınmıştı. İlgili bakanlıklar ve kurumlarla istişare ve görüşmelerimiz de son derece olumluydu. Meclis'teki yoğun trafik, Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekilliği seçimleri işi biraz uzattı. Ancak, 28 Mayıs'tan sonra konuyla ilgili temaslarımızı yoğunlaştıracğız.

Altın Muhasebesi, yaklaşık olarak 19 yıldır sektörün gündeminde. Sektör için neden bu kadar önemli?

Altın ve gümüş, bizim hammademiz. Kuyumcuların asıl kazancı işçilikten kazandığıdır. Ancak, uygulamadaki muhasebe sistemi uya-

rınca altın fiyatları yükseldiğinde Maliye, kar edildiği düşüncesiyle kuyumculardan gelir vergisi talep ediyor. Bu nedenle, mevcut 'Enflasyon Muhasebesi' uygulamasının zorlukları nedeniyle kuyumcular, arzu etmelerine rağmen çok vergi veremiyor. Uygulama nedeniyle firmalar, fatura kesemiyor. Fatura kesmedikleri için kuyumcular, bilançoları nedeniyle bankalar nezdinde zarar eden işletmeler olarak gözükmüyor. İhracat yapıp fatura kesmek istedikleri vakit de aradaki farktan dolayı karşılarına büyük vergiler çıkıyor. Bu da ürünün kendi kazancını çok fazla aşıyor. Kazancının 5-10 katı rakamlar çıktığı için sektör fatura kesmek istemiyor. Altın Esaslı bir muhasebe sistemine geçerek fatura kesen ve resmiyeti yüzde 100'e getiren bir sektör olmamız gerekiyor.

Sektörün sağlıklı büyümesi, markalaşması ve kurumsallaşması için de Altın Muhasebesi kritik önem taşıyor değil mi?

Altın Esaslı Muhasebe sistemi getirilmeden Türk kuyumculuk sektörü, kesinlikle yükselemez ve büyüyemez. Gerçek bilançolarıyla bankalar ve devlet tarafından tanınan sektör haline gelemeyiz.



Bu kapsamda, İKO bünyesindeki dersliklerde devam eden eğitim ve kursların piyasaya ve sektöre katkıları nelerdir? Size eğitimlerle ilgili geri dönüşler oluyor mu?

Matrix Gold, mihlayıcılık ve sadekarlık kurslarımız büyük talep alıyor. Aynı zamanda, uzun bir süredir GLT Akademi'de verilen Pırlanta kursumuz da çok ilgi görüyor. Ama Oda'nın da belli bir potansiyeli var. Eleman ihtiyacının yüzde 100'ünü İKO'nun karşılaması mümkün değildir. Sadece meslektaşları için elinden gelen her şeyi fazlasıyla yapmaya çalışan bir kurumumuz. Verdiğimiz kurslarla meslektaşlarımızın nitelikli personel ihtiyacını azaltmaya çalışıyoruz. Mücevher Akademisi dersliklerinde eğitimlerimiz devam ediyor; ama taleplere yetişemiyoruz. Eski ustalar da eğitim vermek istemiyor. Örneğin; cila eğitimi çok talep ediliyor; ancak eğitim verecek hoca bulmakta zorluk yaşıyoruz. Verdiğimiz eğitimlerle ilgili sektörden bize çok olumlu geri dönüşleri oluyor. Personel açığımız çok fazla, sektör büyüyor, ihracat artıyor. Türk kuyumculuğu, dünyada İtalya'nın önüne geçen Çin ile kafa kafaya gelen bir sektör haline geldi. Bugün birçok noktada üretim için atölye blokları yapılıyor. Makineleri tedarik ediyoruz; ama personel ihtiyacını bir türlü çözemiyoruz.

Sektör mensuplarımız birçok hizmeti Çemberlitaş'taki Merkez Binası'nın yanı sıra Kuyumcukent'teki ofisten alabiliyor. Hizmetleriniz ile ilgili sektör mensuplarına bir çağrınız olacak mı?

Kuyumcukent Ofisimiz ve Çemberlitaş'taki Merkez Bina'mızda sektör mensuplarına üye işlemlerinden ithalat-ihracatta expertiz hizmetlerine, ayar hizmetinden sertifikasyona, farklı mesleki kurslardan yayınlara kadar birçok alanda hizmet veriyoruz. Atölye ve perakendeci meslektaşlarımızdan isteğimiz, bu hizmetleri alarak Oda'ya destek ol-

malarıdır. Çünkü, biz kurum olarak hiçbir menfaat gözetmeyen, taraf tutmayan hizmetler veriyoruz. Tüm bu hizmetlerimizin yanı sıra sektörün tüm sorunlarını her platformda dile getiriyor ve kamuoyunda medyayı etkili kullanarak Türk kuyumculuğunun sesini duyuruyoruz.

Oda olarak GLT Laboratuvarı ile Anadolu'nun farklı illerinde Pırlanta Eğitimleri veriyorsunuz. Siz de bu eğitimlere YK adına katılıyorsunuz. Pırlanta eğitimleri hakkında neler söylemek istersiniz?

GLT, Oda'mız bünyesinde İstanbul Kalkınma Ajansı'nın desteğiyle kurulmuş milli ve yerli laboratuvardır. Laboratuvar, uluslar arası geçerlilikte sertifika düzenliyor. Türkiye'nin Gemoloji Laboratuvarı GLT'yi illerde verdiğimiz Pırlanta Seminerleri ile sektörümüze tanıtıyoruz. Seminerlerimiz ile elmas, sentetik taşlar ve Lab Diamond konusunda meslektaşlarımızı bilgilendiriyoruz. Bugüne kadar 12 ilimizde eğitim verdik. Şehirlerimizin hepsinde pırlanta seminerlerimizle ilgili yoğun taleple karşılaştık. Talep üzerine bazı illerimize seminer için ikinci kez gittik. İnsanlar, pırlanta konusunda kendilerine yeni bilgi/vizyon kattığı için seminerlerden çok mutlu. Bilindiği gibi pırlantalı mücevherler, son 10 yıl içerisinde Türkiye'de çok ciddi bir mesafe kaydetti. İnsanlar, bu nedenle taş ile ilgili uzmanlaşmak istiyor. Eskiden sadece altın satıyorlardı, şimdi ise

pırlantalı mücevher de satıyorlar. Taşlar ile ilgili her şeyi öğrenmeye çalışıyorlar. Biz de GLT Pırlanta Seminerleri ile onların bu ihtiyacına karşılık vermeye çalışıyoruz. Sponsorlarımız da etkinliklerde tanıtımlar yapıyor. Tüm sponsorlarımıza ayrı ayrı teşekkür ediyoruz. Hiçbir zaman bizi yalnız bırakmıyorlar. Biz de sponsorlarımızın önemli desteği ile bu eğitimleri sorunsuzca sürdürüyoruz.

Kahramanmaraş merkezli depremler, özellikle bölge illerinde üretim konusunda bazı sıkıntıları da oluşturdu. Söz konusu sorunlar ve gelişen talepler, İstanbul'a ve atölyecilere nasıl yansdı?

Öncelikle deprem bölgesindeki kardeşlerimize ve meslektaşlarımıza geçmiş olsun dileklerimizi iletiyoruz. Deprem nedeniyle atölyeler yıkıldı ve kullanılamaz hale geldi. Halen deprem bölgesinden İstanbul'a ciddi bir talep var. Bu, aslında İstanbul için pozitif gözüktü de biz hiçbir zaman kimsenin mağduriyetinden dolayı iş yapmayı seven bir sektör değiliz. Türkiye Kuyumculuk ve Mücevher Sektörü olarak depremden etkilenen tüm illerimiz için yardım kampanyaları düzenledik, aşevleri kurduk. Aşevlerimiz halen faaliyetlerini sürdürüyor. Sektörümüzün en büyük şansı da üç güzel başkanın hem arka kadeş, hem de başkan olmalarıdır. Üç güzide başkanın istişare halinde meslektaşlarının geleceği için ortak hareket etmesi, Ankara'daki görüş-



Erdinç Demir

melerde de bize çok pozitif yansıyor. Son 50- 100 senede böyle üç başkanın bir araya gelmesi çok zor. İKO, Mücevher İhracatçıları Birliği ve İTO Kuyumculuk Komitesi başkanları da sektör tarafından çok sevilen insanlar. Meslektaşları için ellerinden gelen her şeyi yapıyorlar.

Son olarak aktarmak istediğiniz bir konu, ya da meslektaşlarınıza vermek istediğiniz bir mesajınız var mı?

Yönetim olarak göreve geldiğimiz günden beri Oda'ya büyük ivme kazandırdık. Biz göreve gelmeden önce Oda'nın finansal sorunları vardı. Bunları, meslektaşlarımızın verdiği büyük destek ile çözdük. İlk dönemimizde Yönetim olarak elimizden gelen tüm çabayı gösterdik. Bu süre içerisinde birçok seçim, pandemi, deprem ve afetleri gördük. Altın Muhasebesi öncelikli konumuz. Önümüzdeki süreçte meslektaşlarımızın finansal sorunlarına çözüm olması için geliştirdiğimiz Altınbank konusunda da önemli adımlar atmayı planlıyoruz. İKO Yönetimi olarak en önemli özelliklerimizden biri her şeye anında müdahale etme becerisini göstermemizdir. İcraat konusunda çok hızlıyız, kendimiz inisiyatif alıp harekete geçiyoruz. Hiçbir yeri beklemek zorunda kalmıyoruz. Esnafımız bize destek olsun, bilsinler ki doğru yolda ilerliyoruz. Elimizden geldiğince İKO'yu ön plana çıkarmak ve daha verimli hale getirmek için çalışıyoruz.





GLT GEMOLOGICAL LABORATORY OF TÜRKİYE



**SERTİFİKASYONDA
ULUSLARARASI
GEÇERLİLİK, KALİTE
VE GÜVEN**



gltiko



iko.glt



+90 534 641 84 18

www.glt.org.tr



GEMOLOGICAL LABORATORY OF TURKEY
Piyerloti Caddesi Dostlukyurdu Sokak No:3 Kat:2
Çemberlitaş - Fatih - İstanbul - Türkiye
+90 212 516 27 57 (150)





Mustafa Atayık / İKO Başkanı





GLT, İzmir'de esnafa 'Pırlanta Semineri' verdi

Türkiye'nin Gemoloji Laboratuvarı GLT'nin pırlanta, renkli taşlar ve sertifikasyon konusunda sektörü bilinçlendirmek amacıyla başlattığı eğitim seminerlerinin 13. İzmir'de yapıldı. İzmir Kuyumcular Odası'nın işbirliğiyle düzenlenen seminere 'İsgold' ana sponsor, Çilek Konsept, Han Diamond ve Goldium Altın da sponsor olarak destek verdi. GLT seminerlerinin bir sonraki adresi ise 'Trabzon' olacak.







Piyasada pırlanta başta olmak üzere değerli taşlarla bezenmiş mücevherlere talep artıyor. Bu nedenle mücevherlerin pazarlanması ve satışında doğru bilgiye sahip olmak önemlidir. İstanbul Kuyumcular Odası (İKO) bünyesinde pırlanta, renkli taşlar ve mücevherde uluslararası geçerlilikte sertifika düzenleyen Türkiye'nin Gemoloji Laboratuvarı GLT ile tüm Türkiye'de Ücretsiz Pırlanta Eğitim Semineri düzenliyor. Sektör mensuplarını bilgilendirmek amacıyla sürdürülen GLT Pırlanta Seminerleri, İzmir ile devam etti. İstanbul Kuyumcular Odası Başkanı Mustafa Atayık, İzmir Kuyumcular Odası Başkanı Murat Kurtuluş Buyrukçu, Manisa Kuyumcular ve Sarraflar Derneği Başkanı Erkan Özşen, İKO Başkan Yardımcısı Erdinç Demir ve Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Çakar'ın katıldığı İzmir Kuyumcular Odası'nın işbirliğiyle düzenlenen seminere İsgold, ana sponsor, Çilek Konsept, Han Diamond ve Goldium Altın da sponsor olarak destek verdi. Organizasyon Yöneticisi Münevver Çalış ve ekibinin katkıları ile Ege Palas Business Hotel'de düzenlenen seminerde GLT Yöneticisi, gemolog Emre Günay, esnafa pırlanta ve sertifikasyonun önemi hakkında bilgi verdi. GLT Laboratuvarı mayıs ayı içerisinde Trabzon'da yapılacak organizasyonla Pırlanta Seminerleri'ne devam edecek.





GLT'nin 14. Pırlanta Semineri, Trabzon'da yoğun katılımla yapıldı

Türkiye'nin Gemoloji Laboratuvarı GLT'nin perakendeci esnafı bilgilendirmek amacıyla başlattığı Pırlanta Seminerleri sürüyor. Bu kapsamda, Trabzon Kuyumcu ve Saatçiler Odası desteğiyle düzenlenen ve esnafın ilgi gösterdiği seminere Çilek Konsept, Han Diamond ve Trabzon'da faaliyet gösteren Çağlar Kuyumculuk sponsor olarak destek oldu.





Kuyumcu perakendecileri, orijinal pırlanta, sentetik ve laboratuvar diamond konularında bilgilendirmek ve farkındalık oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen GLT Pırlanta Seminerleri, Trabzon ile tam gaz yoluna devam ediyor. İstanbul Kuyumcular Odası (İKO) Başkanı Mustafa Atayık, Trabzon Kuyumcu ve Saatçiler Odası Başkanı Ali Yazıcı, Ordu Kuyumcular ve Sarraflar Derneği Başkanı Ercan Tapanoğlu, Giresun Kuyumcular Derneği Başkanı Haşmet Özkan, İKO Başkan Yardımcısı Erdiç Demir ve Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Çakar'ın katıldığı Trabzon Kuyumcu ve Saatçiler

Odası'nın işbirliğiyle düzenlenen ve katılımın çok yoğun olduğu seminere Çilek Konsept, Han Diamond ve Trabzon'dan sponsor firma olarak katılan Çağlar Kuyumculuk destek verdi. Organizasyon Yöneticisi Münevver Çalış ve ekibinin katkıları ile Zorlu Grand Oteli'nde düzenlenen seminerde GLT Yöneticisi gemolog Emre Günay, esnafa pırlanta ve sertifikasyonun önemi hakkında bilgi verdi. Pırlanta Seminerleri, önümüzdeki süreçte farklı illerle devam edecek.

Her çalışmamız tüm sektörümüze yöneliktir

2016 yılından beri sektöre pırlanta,

renkli taşlar ve mücevher sertifikasyonu konusunda hizmet veren Türkiye'nin Gemoloji Laboratuvarı GLT'nin eğitim konusunda önemli bir misyon üstlendiği belirten İstanbul Kuyumcular Odası (İKO) Başkanı Mustafa Atayık, Oda olarak hayata geçirdikleri her projenin Türkiye'deki tüm kuyumcular gözetilerek yapıldığı mesajını verdi.

"Ordu Kuyumcular ve Sarraflar Derneği Başkanımız Ercan Tapanoğlu ve Giresun Kuyumcular Derneği Başkanımız Haşmet Özkan da seminerimize katıldı. Özellikle Trabzon Oda Başkanımız Ali Yazıcı'ya çok teşekkür ederim.



Seçim sürecinde böyle bir etkinlik yapmak kolay değildi, Başkan sağ olsun bizi kırmadı. Esnafın güzel katılımı bizi sevindirdi. İKO, Türkiye'nin çatı kurumu, sektörün en önemli kuruluşlarından biri. Bu gücünü de Anadolu'daki kuyumcu ve dernek başkanlarından alıyor. Üretimin yüzde 90'ı, ihracatın yüzde 95'i ve istihdamın yüzde 85-90'ı İstanbul'dan gerçekleştiriyor. İstanbul'da 6 bin İTO, 4 bin de İKO üyesi esnaf var. Biz, Oda olarak herhangi bir projeyi hayata geçirdiğimizde sadece İstanbul için yapmıyoruz, imza attığımız her iş ve hizmet, tüm Türkiye içindir. GLT Laboratuvarı ile sunduğumuz

sertifikasyon hizmeti ve eğitim çalışmaları, GüvenCE Etiketi ve İKO Fiyat mobil uygulaması bunlardan biri..."

Katılım için esnafa teşekkürler!

Trabzon Kuyumcu ve Saatçiler Odası Başkanı Ali Yazıcı, GLT Pırlanta Semineri'nin esnafın bilgilendirilmesi konusunda önemli katkılar sunduğuna olan inancını dile getirdi. Başkan Yazıcı, konuşmasında ayrıca katılımları için esnafa teşekkür etti.

"Sektör olarak Türkiye'de 40 bini aşkın kuyumcu firmaları, yanların-

da çalışanları ve aileleriyle birlikte yüz binlerce kişilik koca bir aileyiz. Biz, sektörde ticaretimizi sürdürürken piyasada yükselen talep ışığında orijinal pırlantaya daha fazla nasıl geçebiliriz ve satışını nasıl yapabiliriz diye düşündüğümüz bir dönemde organize edilen GLT'nin Pırlanta Semineri, bize çok önemli bir fırsatlar sundu. Bu nedenle, İKO Başkanımız Mustafa Atayık ve GLT Ekibi'ne bu etkinliği Trabzon'da yaptıkları için teşekkür ediyor, toplantıya ev sahipliği yapmanın onur ve mutluluğunu yaşadığımızı belirtmek isterim. Esnafıma da katılımlarından dolayı da çok teşekkür ediyorum."



GLT ACADEMY

Pırlanta, renkli taş ve mücevher sertifikasyonunda sektörün referans kuruluşu haline gelen Türkiye'nin Gemoloji Laboratuvarı, GLT bünyesindeki GLT Akademisi'nde pırlantanın ardından yeni bir eğitime daha başlıyor. İlk uygulamalı Renkli Taş Eğitimi Ağustos ayında GLT'de start alıyor.

2016 yılında İstanbul Kuyumcular Odası bünyesinde kurulan GLT Laboratuvarı'nda laboratuvar yöneticisi olarak görev yapıp eğitimler vermeye de devam ediyorum.

GLT Akademisi'nde ne gibi eğitimler veriliyor?

GLT'de 2016 yılından bu yana ağırlıklı olarak pırlanta eğitimleri verilmektedir. Bu eğitimlerin içeriği ve kapsamı sık sık güncellenerek gelişiyor. Diğer pırlanta eğitimlerinden en önemli farkı; "Laboratuvar destekli" bir eğitim olmasıdır. Bu uygulamada öğrenciler seçilen bir ders gününde GLT Laboratuvarı'nı ziyaret ediyor, son teknoloji ürünü cihazların kullanımı konusunda bilgilendiriliyor. Özellikle sentetik elmasın tanımlanması konusunda bu çalışmanın çok büyük faydası oluyor. Böylece öğrenciler bir gemoloji laboratuvarında mücevher taşlarının nasıl incelendiğini de öğrenmiş oluyorlar. Ve şimdi de renkli taş eğitimleri vermeye başlıyoruz.

GLT'de 'Renkli Taş Eğitimi' başlıyor

Yıllardır yoğun taleple sürdürülen pırlanta eğitimlerine ek olarak Türkiye'de bir ilk olarak Uygulamalı Renkli Taş Eğitimi Ağustos ayında başlıyor. GLT Laboratuvar Yöneticisi/Eğitmen Emre Günay, eğitimin detayları hakkında bilgi verdi.

Sizi tanıyabilir miyiz? Kaç yıldır kuyumculuk sektöründe eğitim veriyorsunuz?

Kadınca Meslek Lisesi'nde kuyumculuk, Marmara Üniversitesi'nde Taki Tasarımı ön lisans, Mersin

Üniversitesi'nde de gemoloji lisans eğitimimi tamamladım. Bu süreçlerde kuyumculuk imalat, tasarım ve gemoloji ile ilgili firmalarda çalıştım. 2007 yılından bu yana 15 yıldır da ulusal ve uluslararası kurumlarda gemoloji ve pırlanta eğitimleri veriyorum. 2014-2015 yıllarında Marmara Üniversitesi'nde Öğretim Görevlisi olarak gemoloji, mineraloji ve jeoloji derslerine girdim. Türkiye'de yaklaşık 50 şehirde, Kıbrıs'ta ve Suriye'de 100'den fazla eğitimde binlerce sektör profesyoneline pırlanta ve renkli taş eğitimleri verdim.

Renkli Taş eğitimi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Renkli taş eğitimi sektörümüzün çok ciddi ihtiyaç duyduğu bir eğitim. Pırlantanın popülerliği sayesinde uzun yıllardır sektörümüz bu konuda eğitimler aldı veya araştırdı öğrendi; ama diğer taşlar bu konuda biraz geri planda kaldı. Renkli taş eğitimimiz; mineraloji ve gemoloji gibi bilimsel temellere dayanan, kolay anlaşılabilir bir dil ve anlatımla hazırlanan bir eğitim. Sadece anlatmaya dayalı slaytlarla geçirilen eğitimlerden farklı olarak elimize ister ham, ister kesilmiş bir mücevher taşı geldiğinde bu taşın gerçek mi, sahte mi veya sentetik mi olduğunu anlamamızı sağlayan bilgi ve yöntemleri içeriyor. Maddeler halinde içerikten bahsetmek gerekirse ana konular şu şekildedir;

- Mücevher taşlarının kristalografisi
- Mücevher taşlarının fiziksel, kimyasal ve optik özellikleri
- Mücevher taşlarının birbirinden ayırt edilme yöntemleri.
- Doğal taşlar ve sentetiklerinin birbirinden ayrılması
- Mücevher taşlarına uygulanan iyileştirme yöntemleri
- Analitik gemoloji cihazları ile analiz yöntemleri

Bu eğitimi alan kişiler bilgilerini sektörün hangi alanında pratiğe dönüştürebilir?

Sektörümüzün herhangi bir alanında taşlarla ilgilenen veya taşlarla ticaret yapan firmalar aslında aldıkları taşın gerçekliğinden emin olamıyor. En basit şekilde üretilen sahte taşlar bile görsel anlamda güzel sonuçlar verdiği için sektör mensuplarını yanıltabiliyor. En basitten en sofistike olanlara kadar çok çeşitli bir yelpazede sahteleri tanımlama yöntemleri öğretiyoruz. Bu eğitim ticareti için çok yeni kapılar açacak ve sektörümüz için çok önemli bir adım olacak. Bu konu ile hobi ola-

rak ilgilenen doğa meraklıları için de çokça bilgi içeriyor.

Eğitim almak için nasıl bir başvuru süreci var? Eğitimler hangi sıklıkta açılıyor?

GLT Laboratuvarı veya İstanbul Kuyumcular Odası'na gelerek, telefon veya mail ile ulaşarak kolayca kaydolabilirsiniz. Pırlanta eğitimlerimiz her ay açılıyor. Renkli taş eğitimlerini de her ay açmayı planlıyoruz. Ayrıca, akşam eğitimlerine de başlayacağız. Bütün eğitimlerimizi tamamen dolu şekilde yapmamızı sağlayan sektörümüzün ilgi ve teveccühü için teşekkür ederim. İki bölümden oluşan renkli taş eğitiminde kursiyerler, ilk bölümde, teorik ve pratik olarak mücevher taşının hangi mineral ailesine ait olduğu, bu aileye mensup olan mücevher taşlarından hangisi olduğunun belirlenmesi yani "identification", konusunda eğitim alacaklar. Bu eğitimde konvansiyonel alet ve temel yöntemler kullanılarak bilinmeyen bir mineralin tanımlanması veya bilinen bir mineralin doğrulanması gibi analiz aşamalarını öğrenecekler. İkinci bölümde, tanımlanmış olan mineralin doğal ya da sentetik olup olmadığını belirlemek ve bu taşların renk ve berraklık gibi kriterlerini yükseltmek için herhangi bir iyileştirme işlemi uygulanıp uygulanmadığının tespiti için gerekli çalışmalar yapacak, ileri düzey mikroskop çalışmaları ile (çözelti içinde vb.) doğal minerallerin ya da



Emre Günay / GLT Lab. Yöneticisi / Eğitmen

laboratuvarında üretilmiş sentetik minerallerin içinde bulunan kendilerine özgü izleri gemolojik ekipmanlar kullanarak tanımlayacaklar. UV ışıkların kullanımı, kimyasal analiz yöntemleri, spektroskopinin gemolojideki kullanımı ve daha birçok laboratuvar analiz yöntemlerini de öğrenecekler. Aynı zamanda kursiyerler, bir mücevher taşının laboratuvardaki analiz aşamalarını, hangi teknolojiler ile incelendiğini bizzat laboratuvarında deneyimleyerek gemolojiye sadece teorik ve uygulama açısından değil, bilimsel açıdan bakmayı da öğrenip bilgi ve yeteneklerini en üst düzeye çıkaracaklar. Sektörümüzde değerli taş alanında çalışan ya da değerli taşlara ilgi duyan herkesi eğitimimize bekliyoruz





32 bin alıcı, Türk kuyumculuğu için İstanbul'a geldi

16-19 Mart 2023 tarihlerinde düzenlenen İstanbul Mücevher Fuarı'na iç piyasanın yanı sıra farklı ülkelerden gelen 32 bin aşkın profesyonel ziyaretçi gezdi. 10 ülkeden 1.500 firma ve markanın ürün ve hizmetlerini sergilediği organizasyonda en dikkat çeken standlarından biri de 'İstanbul Kuyumcular Odası' oldu.

Kahramanmaraş merkezli depremler ve olumsuz konjontüre rağmen Mart-İstanbul Mücevher Fuarı, 16-19 Mart tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde kapılarını dünya alıcılarına açtı. Fuarın açılış törenine Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, İstanbul Kuyumcular Odası (İKO) Başkanı Mustafa Atayık, Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Yakın, İSO Kuyumculuk Komitesi Başkanı İmam Altınbaş, İTO Kuyumculuk Komitesi Başkanı Ercan

Özboyacı, İKO Yönetim Kurulu Üyeleri, İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu üyeleri, kuyumcu oda ve dernek başkanları katıldı. Organizatör firmanın verdiği bilgiye göre, fuarda 10 ülkeden 1.500 firma ve markanın ürün ve hizmetleri, 32.000'e yakın sektör profesyonelinin beğenisine sundu. Mart 2022'de düzenlenen fuara göre, Mart 2023 fuarında 17% yabancı ziyaretçi artışı sağlanırken, fuara gelen ziyaretçilerin %29'unu yurt dışından gelen alıcılar oluşturdu. Elmas Kule sponsorluğunda gerçekleşen etkinlik, Mart 2022'de düzenlenen fuara göre, yabancı ziyaretçi sayısında %17'lik artış yakaladı. Yine Mart 2022 fuarına göre Mart 2023 fuarı; Asya ülkelerinden gelen ziyaretçi sayısında %55, Rusya ve BDT ülkelerinden %55, Avrupa ülkelerinden %45, Balkan ülkelerinden %34, Güney Amerika ülkelerinden %24 ve Amerika Birleşik Devletleri'nin dahil olduğu Kuzey Amerika ülkelerinden %23 artış yakaladı.



32 thousand buyers came to Istanbul for Turkish jewellery

The Istanbul Jewellery Fair, which took place from March 16–19, 2023, attracted more than 32,000 professional visitors from various nations as well as the home market. In the organization, 1,500 businesses and brands from ten nations displayed their goods and services. The Istanbul Chamber of Jewellers' booth was among the most impressive.

The March-Istanbul Jewellery Fair was held at the Istanbul Expo Centre from March 16 to 19, despite the Kahramanmaraş earthquakes and the unfavorable geopolitical situation. Deputy Minister of Trade Rıza Tuna Turagay, Istanbul Chamber of Jewellers (İKO) President Mustafa Atayık, Burak Yakın, Chairman of the Jewellery Exporters' Association, İmam Altınbaş, Chairman of the İSO Jewellery Committee, Ercan Özboyacı, Chairman of the İTO Jewellery Committee, İKO Board Members, Exporters' Association Board Members, heads of jewelers' chambers and also associations attended the opening ceremony of the fair. Approximately 32,000 industry professionals were exposed to the goods and services of 1,500 companies and brands from 10 different countries, according to information provided by the event organizer. The number of foreign visitors to the fair increased by 17% in March 2023 compared to March 2022, and 29% of the attendees were foreign buyers. The event, sponsored by Diamond Tower, achieved a 17% increase in the number of foreign visitors compared to the fair held in March 2022. In comparison to the March 2022 fair, there were 55% more visitors from Asia, 55% more from Russia and the Commonwealth of Independent States, 45% more from Europe, 34% more from the Balkans, 24% more from South America, and 23% more from North America, including the United States of America.





İTO Bşk. Yard ve YK Üyeleri, İKO standını ziyaret etti.



İst. Vali Yard. Özlem Bozkurt Gevrek ve İKO Yön. Kur.



İKO standı yoğun ilgi gördü



İstanbul Kuyumcular Odası'nın kurumsal standı, her fuarda olduğu gibi Mart 2023 organizasyonunda da büyük ilgi gördü. Sektörün önde gelen isimleri, kuyumcu oda ve dernek başkanlarının ziyaret ettiği İKO standı, aynı zamanda fuar boyunca birçok önemli ismi de ağırladı. İstanbul Vali Yardımcısı Özlem Bozkurt Gevrek, İKO standını ziyaret etti. Vali Bozkurt ile birlikte Başkan Mustafa Atayık, İTO Kuyumculuk Komitesi Başkanı Ercan Özboyacı, Yönetim Kurulu Üyeleri Rifki Baş, Garbis Gedikoğlu, Genel Sekreter İsmail Kalafat ve Başkan Danışmanı Ali Ramazan Şantonun da katılımlarıyla fuara katılan firmaların standlarını ziyaret etti ve 'Hayırlı fuarlar' dileğinde bulundu. Hindistan İstanbul Başkonsolosu Sn. Manish Gupta ve beraberindeki heyet, İKO standını ziyaret ederek Başkan Mustafa Atayık ile sektörel işbirliği imkanlarını konuştu. İstanbul Ticaret Odası Başkan Yardımcısı Mehmet Develioğlu, Yönetim Kurulu Üyeleri Murat Hazıroğlu, Münir Üstün ve Meclis Üyesi Fuat Kulaçoğlu, fuarda İKO standını ziyaret etti ve Başkan Atayık ile bir araya geldi.

İKO stand attracted great attention

At the event in March 2023, the Istanbul Chamber of Jewellers' corporate booth drew a lot of attention, as it does at every fair. Numerous notable individuals were present at the İKO booth, which was also visited by presidents of jewelers' chambers and associations as well as the key figures in the industry. Istanbul Deputy Governor Özlem Bozkurt Gevrek visited İKO stand. Along with Governor Bozkurt, President Mustafa Atayık, ITO Jewellery Committee Chairman Ercan Özboyacı, Board Members Rifki Baş and Garbis Gedikoğlu, Secretary General İsmail Kalafat, and President Advisor Ali Ramazan Şanton visited the booths of the companies attending the fair and sent their best wishes. Manish Gupta, the consul general of India in Istanbul, and the accompanying entourage visited the İKO booth and spoke with President Mustafa Atayık about potential options for sectoral cooperation. Mehmet Develioğlu, Vice President of the Istanbul Chamber of Commerce, Board Members Murat Hazıroğlu, Münir Üstün, and Assembly Member Fuat Kulaçoğlu paid a visit to the İKO booth at the exhibition and had a meeting with President Atayık..

'Hayırlı olsun' ziyaretleri

İKO Başkanı Mustafa Atayık, Yönetim Kurulu Üyeleri; Rifki Baş, Garbis Gedikoğlu, Aylin Gözen ve Genel Sekreteri İsmail Kalafat, fuar katılımcıları, Gümüş Eşya El Sanatkarları Derneği GESAD, sektörümüze eğitim desteği veren okullar ve Designer Club'a katılan tasarımcı ve ustalarımızı ziyaret etti

'Congratulation' visits

İKO President Mustafa Atayık, Board Members Rifki Baş, Garbis Gedikoğlu, and Aylin Gözen, as well as Secretary General Ismail Kalafat, paid visits to the fair's exhibitors, the Silverware Handicraftsmen Association GESAD, educational institutions that support our industry, and designers and craftspeople taking part in Designer Club.







Başkanlar, deprem yardımlarına 'Devam' kararı aldı

Mart Fuarı için İstanbul'a gelen kuyumcu oda ve dernek başkanları, İstanbul Kuyumcular Odası'nın düzenlediği İstisare Yemeği'nde bir araya geldi. Başkanlar, depremden etkilenen illere yardımlara 'Devam' kararı aldı.

Yazı/by: Nesim AKIN

İstanbul Kuyumcular Odası Yönetimi, Mart İstanbul Fuarı için İstanbul'a gelen kuyumcu oda ve dernek başkanları için geleneksel istisare yemeği verdi. İsgold sponsorluğunda gerçekleştirilen istisare toplantısına İstanbul Kuyumcular Odası Başkanı Mustafa Atayık, Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Yakın, İTO Kuyumculuk Komitesi Başkanı Ercan Özboyacı, İSGOLD Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Aşık, İKO Başkan Vekili Turhan Gürdal, İKO Başkan Yardımcısı Erdiñ Demir, İhracatçılar Birliği Başkan Yardımcısı Ayhan Güner, İKO Yönetim Kurulu Üyeleri Mehmet Çakar, Hraç Arslanyan, Garbis Gedikoğlu, Rifkı Baş, Aylin Gözen, Genel Sekreter İsmail Kalafat, Danışman Ali Ramazan Şanto, İKOHABER.COM Genel Yönetmeni Münevver Çalış, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Adana, Diyarbakır, Eskişehir, Gaziantep, Kayseri, Ordu, Uşak, Kilis, Konya, Sivas, Kocaeli, Hakkari, Van, Bingöl, Bitlis, Ünye oda ve dernek başkanları,



Kuyumcular Odası'nın Fatih, Bahçelievler, Sultangazi, Kağıthane-Çağlayan, Küçükçekmece, Sefaköy ve Kuyumcukent temsilcileri katıldı. İstişare toplantısında deprem bölgesindeki illerimizin yaralarının sarılması için DEPREM yardımlarını devam etme kararı alındı. Başkanlar, bu kapsamda Ramazan ayı sonrasında İKO öncülüğünde İstanbul'da bir araya gelerek Deprem Felaketi için yeni bir yardım kampanyası organize edecek. Başkanlara yoğun katılımlarından dolayı memnuniyetini dile getiren İKO Başkanı Atayık, "Öncelikle İSGOLD firmamıza bize verdikleri destek için teşekkür ederiz. Biz, birlikte güçlüyüz. Deprem yaralarını da devlet, millet olarak güç birliği kısa sürede saracağımıza inanıyoruz." dedi.

Toplantıda GLT Laboratuvarı Yöneticisi Emre Günay, katılımcılara sertifikanın önemi ve GLT Pırlanta Seminerleri hakkında bilgi verdi





OroArezzo 2023, ziyaretçi sayısını yüzde 40 artırdı

İtalyan Sergi Grubu, 'Made in Italy' altın ve mücevher üretimine adanmış etkinliğinin 42. yapıldı. 100 ülkeden katılımcı firmaların yer aldığı OroArezzo'ya Avrupa yüzde 42, Ortadoğu yüzde 25, Amerika ve Asya yüzde 11, Afrika'yı yüzde 9 oranla temsil etti. Fuarda 'Tasarım ve Gelecek İlk Yarışması', ildeki kuyumculuk okullarından yeteneklere açıldı.





OroArezzo 2023, büyümesini 2022'ye kıyasla yüzde 40 katılım ile ödüllendiriyor. Made in İtaly mücevher üretimine adanan ve bu yıl konseptini mücevher üretimine daha fazla odaklanarak yenileyen İtalyan Sergi Grubu etkinliği sona erdi. Arezzo Fiere e Congressi fuar salonlarında yeni bir düzen ile birleştirilen yeni formülü özetleyen tema, "Shaping Jewelry Ideas". 2022'de bir önceki yıla göre, yüzde 19'luk bir büyüme kaydederek 3,2 milyar avroluk bir değer kaydeden Arezzo bölgesinden yapılan ihracattaki sıçramayla birlikte, etkinliği IEG'nin takı ve moda kataloğuna geri dönen faktörler ödüllendirdi.

OroArezzo 2023'ün başarısı, 100 ülkeden gelen ziyaretçileriyle küresel anlamda tes-cillenmiş oldu. Coğrafi bölgeler arasında yabancı katılımın yüzde 42'si Avrupa'yı temsil ederken, bunu yüzde 25,2 ile Orta-doğu, yüzde 11,3 ile Amerika, yüzde 11 ile Asya ve yüzde 9,1 ile Afrika izledi. Avrupa için en çok temsil edilen ülkeler Ortadoğu



OroArezzo 2023, IEG: +40% more visitors than in 2022, back to pre-pandemic levels

The 42nd edition of Italian Exhibition Group's event dedicated to Made in Italy gold and jewelry manufacturing closed today. Global attendance from 100 countries; foreign attendance representing Europe for 42%, the Middle East for 25%, the Americas and Asia for 11% each, Africa 9%. Design and the future, the Première competition devised by Beppe Angiolini, the show's ambassador, opened to talents from goldsmith schools in the province.

The courage to change rewards the evolution of Oroarezzo 2023 with +40% attendance compared to 2022. The Italian Exhibition Group event dedicated to Made in Italy jewelry manufacturing, which this year renewed its concept with even more focus on jewelry production, came to a close today. "Shaping Jewelry Ideas" is the theme that sums up the new formula, which was combined with a new layout in the Arezzo Fiere e Congressi expo halls. Factors that, together with a leap in exports from the Arezzo district, which in 2022 recorded a growth of 19% compared to the previous year for a value of 3.2 billion euro, have rewarded the event in IEG's Jewelry & Fashion catalogue, which returned to the attendance levels of 2019. The success of Oroarezzo 2023 is global, with visitors arriving from 100 countries; never so many in recent years. Among the geographical

areas, 42% of foreign attendance represented Europe, followed by the Middle East at 25.5%, the Americas (11.3%), Asia (11%) and Africa (9.1%). To be precise, the most represented countries for Europe were Spain, France and Romania, the United Arab Emirates, Lebanon and Turkey for the Middle East and the USA for the Americas. Buyers from the Far East returned with China, Hong Kong and Japan (5.6%), Mexico and Argentina were among the most represented countries in LATAM with almost 3%, and Central Asian countries close to 2%, with Uzbekistan the most represented. The number of buyers doubled for this 42nd edition: 430 from 55 countries, thanks to collaboration with the Italian Trade Agency (ITA), the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation and the work of IEG's international network of regional advisors.



OroArezzo, the five cornerstones of evolution

The 2023 edition featured five cornerstones of change. First of all, Oroarezzo was allotted a new positioning on the gold and jewelry industry's calendar of events and dedicated more space to gold and jewelry production and the technology segment. Visitors found a new layout that made their experience between the various exhibition sectors easier and a considerably large investment was made into the contingent of buyers, all signaled by exhibitors as important. Lastly, an ever-increasing program of content and the involvement of the younger generations with the new "Talents" category in the Première competition organized by Beppe Angiolini.

OroArezzo, in search of new talents

Thanks to the inventiveness of Beppe Angiolini, honorary president of the National Chamber of Fashion Buyers, Oroarezzo's ambassador and art director, the 32nd edition of the Première competition was further enriched this year with "Talents", a new category. In a historical moment

in which the Arezzo district has become the Italian export champion with about one third of national production going to foreign markets, the generational change in the industry is now crucial. In order to link the creativity and style of the goldsmith tradition in Arezzo and the Italian districts to the future of jewelry art, "Talents" extended the audience of creatives, tasked with the theme of "light", to students from three courses at goldsmith schools within the territory: the Master in Jewelry History, Design and Marketing at Siena University, Arezzo Campus, the Margaritone Technical Institute and the Piero della Francesca State High School, both in Arezzo.



için İspanya, Fransa, Romanya, Birleşik Arap Emirlikleri, Lübnan ve Türkiye ve Amerika için ABD oldu. Çin, Hong Kong ve Japonya yüzde 5,6 ile Uzakdoğu'dan gelen alıcılar, yaklaşık yüzde 3 ile Meksika ve Arjantin en çok temsil edilen ülkeler arasında yer aldı. Ayrıca, yüzde 2'ye yakın Orta Asya ülkeleri ve en çok temsil edilen Özbekistan oldu. İtalyan Ticaret Ajansı (ITA), Dışişleri ve Uluslar arası İşbirliği Bakanlığı ve IEG'nin uluslar arası bölgesel danışmanlar ağına çalışmaları sayesinde, bu 42. fuar için alıcı sayısı ikiye katlandı.

OroArezzo, evrimin beş temel taşı

2023 etkinliği, değişimin 5 temel taşı içeriyordu. Her şeyden önce OroArezzo, altın ve mücevher endüstrisinin etkinlik takviminde yeni bir konum aldı, altın ve mücevher üretimi ile teknoloji segmentine daha fazla yer ayırdı. Ziyaretçiler, çeşitli fuar sektörleri arasındaki deneyimlerini kolaylaştıran yeni bir düzen buldu ve alıcı grubuna oldukça büyük bir yatırım yapıldı. Bunların tümü katılımcılar tarafından önemli olarak işaretlendi. Beppe Angiolini tarafından düzenlenen Première Yarışması'nda yeni "Yetenekler" kategorisine genç nesillerin katılımı ve sürekli artan içerik programı.

OroArezzo, yeni yetenekleri arıyor

Ulusal Moda Alıcıları Odası'nın Onursal Başkanı OroArezzo'nun elçisi ve sanat yönetmeni Beppe Angiolini'nin yaratıcılığı sayesinde 32. Première Yarışması, bu yıl yeni bir kategori olan 'Yetenekler' ile daha da zenginleştirildi. Arezzo bölgesinin ulusal üretiminin yaklaşık üçte birinin dış pazarlara gitmesiyle İtalyan ihracat şampiyonu haline geldiği tarihi bir anda sektördeki nesiller arası değişim; artık çok önemlidir. Arezzo ve İtalyan bölgelerindeki kuyumculuk geleneğinin yaratıcılığını ve tarzını kuyumculuk sanatının geleceği ile ilişkilendirmek için 'Yetenekler', 'Işık' teması ile görevlendirilen yaratıcı kitleyi kuyumculukta üç kurstan öğrencilere genişletti. Bölgedeki okullar: Her ikisi de Arezzo'da bulunan Siena Üniversitesi, Arezzo Kampüsü, Margaritone Teknik Üniversitesi ve Piero Della Francesca Eyalet Lisesi'nde Takı Tarihi, Tasarımı ve Pazarlama Yüksek Lisansı.



ISTANBUL
JEWELRY
SHOW

“Dünyanın Önde Gelen
Uluslararası Mücevher Fuarı”

05 - 08 EKİM 2023

İstanbul Fuar Merkezi



BİZE KATILIN!

www.istanbuljewelryshow.com

İşbirliği ile



Resmî Uluslararası
Medya Ortağı



Resmî Online
Medya Ortağı



Üyesidir



Destekleyen Kurumlar



Kasa Sponsoru



Fuar Alanı



Organizator



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



Mücevher İhracatçıları Birliği İhracatı hem değerlendirdi hem de arttırdı.

Mücevher ihracatı, yüzde 30 değer kazandı

Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Yakın, yılın ilk 4 aylık döneminde hem rakamsal olarak hem de kg değeri olarak mücevher ihracatının umut verdiğini açıkladı. İhracatı en çok arttıran sektörler arasında 4. sırada yer alan mücevher sektörü, kg başına ihracatın değerini de rekor artışla 541 dolardan 704 dolara yükseltti.

Mücevher İhracatçıları Birliği, yılın ilk 4 aylık döneminde ihracatını hem arttıran hem de değerlendiren sektörlerin başında geliyor. TİM verilerine göre, mücevher ihracatı 2022 Ocak Nisan döneminde 1 milyar 812 milyon USD'den yüzde 19'luk artışla 344 milyon USD yükselerek 2 milyar 156 milyon USD olarak gerçekleşti.

15 Mayıs 2023 tarihi itibarıyla verilen incelendiğinde, 2022 aynı döneminde 3 milyon 514 bin 910 kg ihracat karşılığında 1 milyar 902 milyon USD ihracat geliri elde edildi. 2023 yılı aynı döneminde ise 3 milyon 327 bin 292 kg ihracat karşılığında 2 milyar 342 milyon USD ihracat geliri elde edildi. İki dönem karşılaştırmasına göre mücevher ihracatının kg değerinin yüzde 30,06 artışla 541,31USD'den 704,06USD'ye yükseldi.

Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Yakın, mücevher ihracatındaki değişkenlere dikkat çekerek, altının, gümüşün değerinin, ihraç edilen ürünlerdeki katma değer, markalaşmanın ve küresel talebin durumuna göre ihracat değerinin değişim gösterdiğini dile getirdi.



BURAK YAKIN

Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı

Mücevher İhracatçıları Birliği olarak özellikle alım heyetlerine büyük önem verdiklerini anlatan Yakın, göreve geldiklerinden bu yana küresel ekonomideki olumlu olumsuz tüm değişimleri titizlikle takip ettiklerini ve gelişmelere göre hızla aksiyon aldıklarını anlattı ve şunları söyledi:

“Bizim bir programımız var, ihracatçı sayısını arttıracamız dedik, yüzde 35 civarında daha fazla firma ihracat yapıyor artık. 1 yılda ihracatçı sayımızı arttırdık. Alım heyetleri düzenledik ve gerek İstanbul fuarımıza gerekse Antalya’daki alım heyeti etkinliklerimize önemli bir katılım sağladık. Uzun bir aradan sonra düzenlenen Hong Kong fuarındaki en büyük milli katılımı gerçekleştirdik. Şimdi Las Vegas var ardından Hong Kong derken sonbahara kadar fuar trafiğimiz yavaşlayacak. Ama bize yavaşlamak yok.”

Bu süreçte sektörün dinamik şekilde çalışmaya devam edeceğini ve uzak pazarlara ilişkin çalışmaların yapılacağını belirten Yakın, Eylül

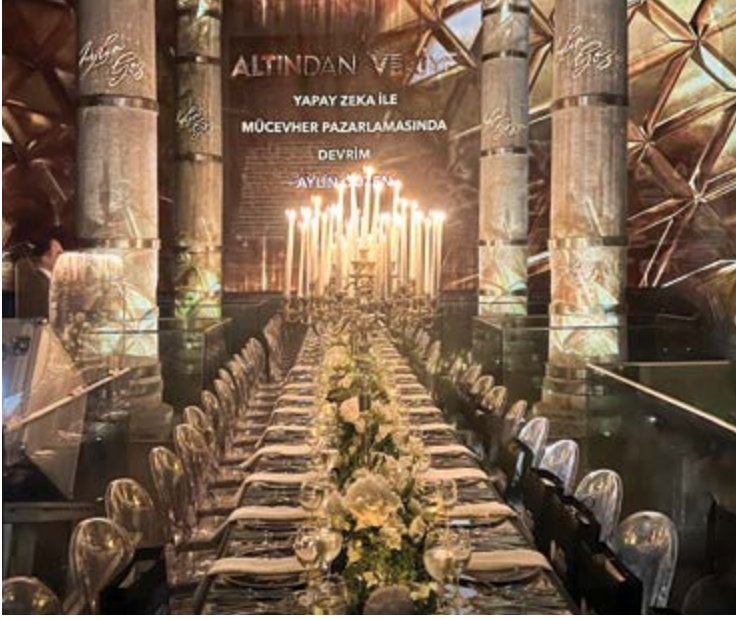
ayı itibariyle fuarların yeniden başlayacağını anlattı. Mücevher sektörünün küresel rekabette daha etkili olmak için katma değeri daha da yükseltmesi gerektiğini dile getiren Yakın, ihracat kg değerinin artışını şu sözlerle değerlendirdi:

“Genel olarak ihracatta artış trendimizi sürdürüyoruz. İlk 4 aylık dönemde en çok artış gösteren sektörlerin başında geliyoruz. Dönemsek olarak yüzde 19’un üzerinde bir artış gerçekleştirdik. Beri yandan da ihracatımızın kg değeri yüzde 31 oranında arttı. Bunda elbette pek çok değişten etkili. Altın fiyatları bu değişimi doğrudan etkiler. İhraç ettiğiniz ürünün niteliği önemlidir. Netice de sadece pırlanta,

altın, yakut ihraç etmiyoruz; nu ürün yelpazesi içinde yüksek katma değerli ürün oranı arttıkça birim ihracat kg değerimiz artar, azaldıkça azalır. Daha az satıp daha çok kazanmanın yolu katma değerden geçiyor.”

Her firmanın yaptığı ihracatın ürün bazında değerlendirerek kendisini geliştirdiğini belirten Yakın, Mücevher İhracatçıları Birliği olarak her anlamda destek olmaya devam ettiklerini ve yıl sonu itibariyle ihracatı TİM verilerine göre 7 milyar Doların üzerine çıkartacaklarını; mikro ihracat, diğer ihracat ve TÜİK verilerine göre ise 12 milyar doların üzerinden bir rakamı hedeflediklerini bildirdi.

SEKTÖRLERDE İHRACAT	2022 OCAK-NİSAN	2023 OCAK- NİSAN	Değişim USD	DEĞİŞİM %
Zeytin ve Zeytinyağı	145.540.795,5	377.016.569,8	231.475.774,4	159,0%
Tütün	226.258.268,5	280.596.510,7	54.338.242,2	24,0%
Yaş Meyve ve Sebze	974.159.922,9	1.176.424.275,1	202.264.352,2	20,8%
Mücevher	1.812.749.606,8	2.157.020.766,3	344.271.159,5	19,0%
Savunma ve Havacılık Sanayii	1.351.143.995,2	1.507.900.204,9	156.756.209,7	11,6%



Aylin Gözen



Tuğrul Dirier, Erdinç Demir, Minas Aslan, Hraç Arslanyan, Roksana Diker, Mustafa Atayık, Aylin Gözen, Turhan Gürdal, Ufuk Güneş, Rifki Baş, Garbis Gedikoğlu, Necmi Gülcemal



Atilla Keskin



Kaan-Nihan Çetinkaya - Roksana Diker



Aylin Gözen - Beyhan Bay - Ahmet Bay - Roksana Diker



Aylin Gözen - Feryal Barbir - Roksana Diker



Aylin Gözen - Gülnaz Sezgin - Hakan Sezgin - Roksana Diker

Sektör, göz kamaştıran organizasyonda bir araya geldi

Pazarlama ve Marka Danışmanı Aylin Gözen, Benesta sponsorluğunda, tarihi Şerefiye Sarnıcı'nda düzenlediği "ALTINDan VERİye - YapayZeka İle Mücevher Pazarlamasında Devrim" isimli etkinlikte, yapay zekanın ve dijital teknolojinin geldiği konunun pazarlamadaki potansiyelini gözler önüne serdi. Etkinlik, aynı zamanda sarnıçta düzenlenen ilk yemekli davet olma özelliğini taşıyor.

Gözen'in Benesta sponsorluğunda düzenlediği davette, konutta lüksü Benesta Benleo Acıbadem projesiyle yeniden tanımladıklarını belirten Benesta Genel Müdürü Roksana Diker, "Lüks kavramı geçmişte yalnızca arzu nesnelerini tanımlarken, artık bütünsel bir süreç deneyimi olarak algılanıyor. Biz, mücevher sektöründe yakından tanık olduğumuz bu deneyimi Benesta Benleo Acıbadem projemizle konut sektörüne taşıyarak 'her şey dahil lüks' bir yaşam vaat ediyoruz" dedi.

Gecede büyüleyici cazibesi ve hayranlık uyandıran mimarisiyle tarihi sarnıç, 3D Mapping gösterisinin üzerinde yansıtıldığı bir tuval haline dönüştü. Katılımcılar, kısa bir an için tarih ve modernliğin uyumlu bir şekilde, bir arada var olduğu bir dünyaya götürüldü. Geceye, mücevher sektörünün önde gelen kurumlarının yanı sıra firmaların sahipleri ve üst düzey yöneticileri katıldı.

Aylin Gözen, yapay zekanın markaların müşterileriyle iletişim kurma şeklini kişiselleştirilmiş önerilerden trend tahminlerine kadar nasıl değiştirebileceğine dair kısa bir açılış konuşması yaptı. Gözen, konuşmasında "Yapay Zekanın pazarlama ile entegrasyonu, müşterilerle bağlantı kurma şeklimizde devrim yaratma potansiyeline sahip" dedi. "Markalar, AI'nın yeteneklerinden yararlanarak, kişiselleştirilmiş deneyimler sunabilir ve daha derin bir düzeyde bağlantı kurabilir. Benzersiz deneyimleri vaad

eden lüks sektörü de bu gelişimin kullanılacağı başlıca alanlardan biri. Yapay zeka teknolojisi ve lüksün keşimi, zenginlik ve kişiselleştirmenin sınırlarını yeniden tanımlamak için bir fırsat sunuyor. Bu bütünlük deneyim sunan sektörler için geçerli” dedi.

Pazarlama ve markalaşmadaki farklı yaklaşımıyla gece- nin içeriği ve geceye özel hazırlanan iki farklı 3D map- ping sunumu,izleyicilere pazarlama stratejilerinde yapay zekanın dönüştürücü gücü konusunda ilham verdi.

Konuşmaların devamında, katılımcılara tarihi ortamda düzenlenen ilk yemek başladı. Yemek boyunca sponsor firma Benesta'nın ödüllü yeşilalan projesi sarnıcın tüm kolonları ve duvarlarına ayrı bir 3D mapping gösterisiyle yansıtıldı. Sarnıcın eskimeyen güzelliğine karşı sunulan akşam yemeği, teknolojiyi pazarlamanın zarafetiyle bir- leştirmenin sınırsız olanağıyla misafirleri büyüledi.

Benesta sponsorluğunda düzenlenen bu davet, pazar- lamanın büyümesinde önemli bir adımı temsil ediyor. Endüstrinin,inovasyonu benimsemeye ve teknoloji ile lüksün ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olduğu bir geleceği öngörüyor.



Ekrem Vardar, Tuğçe Eyilik



Natali - Murad Köşker



Fatih Kemahlı - Paul Maroof



Aylin Gözen - Kerim Güzelış - Roksana Diker



Aylin Gözen - Ercan Özboyacı - Roksana Diker



Tuğrul Dirier, Canan Dirier

Jewellery sector came together in a dazzling organisation

Marketing and Brand Consultant Aylin Gözen, revealed the potential of artificial intelligence and digital technology in marketing at the event named "From Gold to Data: A Revolution in Jewellery Marketing with Artificial Intelligence," sponsored by Benesta, held at the historic Şerefiye Cistern. The event also marked the first dinner invitation held at the cistern.

At the event, organised by Gözen and sponsored by Benesta, Roksana Diker, the General Manager of Benesta, stated that they redefine luxury with the Benesta Benleo Acbadem project in housing. She said, "The concept of luxury is no longer just about defining desirable objects in the past; it is now perceived as a holistic process experience. In the jewellery sector, we bring this experience, which we closely witness, to the housing sector with our Benesta Benleo Acbadem project, promising an 'all-inclusive luxury' lifestyle."

The historic cistern transformed into a canvas where the mesmerising charm and awe-inspiring architecture were reflected through a 3D Mapping show. Participants were momentarily transported to a world where history and modernity coexist harmoniously. The event was attended by leading institutions in the jewellery sector as well as company owners and top-level executives.

Aylin Gözen delivered a brief opening speech on how artificial intelligence can change the way brands communicate with their customers, from personalised recommendations to trend predictions. Gözen said in her speech, "The integration of artificial intelligence with marketing has the potential to revolutionise the way we connect with customers. Brands can provide personalised experiences and establish deeper connections by leveraging the capabilities of AI. The luxury sector, which promises unique experiences, is one of the main areas where this development will be utilised. The intersection of artificial intelligence technology and luxury offers an opportunity to redefine the boundaries of wealth and personalization. This applies to all sectors that offer a comprehensive luxury experience."

With its unique approach to marketing and branding, the content of the event and two distinct 3D mapping presentations specially prepared for the evening inspired the audience about the transformative power of artificial intelligence in marketing strategies.

Following the speeches, the first-ever dinner in the historical setting was served to the participants. Throughout the meal, the sponsor company's award-winning green space project was reflected on the columns and walls of the cistern through a separate 3D mapping show. The dinner, which combined technology with the elegance of marketing, enchanted guests with its limitless possibilities.

This event, sponsored by Benesta, represents an important step in the growth of marketing. The industry envisions a future where innovation is embraced and luxury is intricately linked to technology.



Jasmin
Özişçi

Mücevherde 'Sürdürülebilirlik' ve 'Zamansızlık' modası



'Dear Victoria' markasıyla 2019 yılından beri özgün modellere imza atan takı tasarımcısı Jasmin Özişçi, hikaye örgüsü güçlü koleksiyonlarında sürdürülebilirlik ve geçici trendlerin ötesine geçerek zamansızlık temalarını işliyor.

Yazı/by: Nesim AKIN

Yıllarca tekstil ve moda sektöründe çalıştıktan sonra mücevher işine yönelim nasıl oldu?

Tekstilde yıllarca çalıştıktan sonra içimde yaratıcılığın sınırlarını keşfetme arayışı büyüdü. Tekstilde yaratıcı olma imkanı vardı; ancak mücevher tasarımcılığı, daha özgür ve sınırsız bir ifade alanı sunuyordu. Mücevherler, farklı malzemelerin, yarı değerli ve değerli taşların bir araya gelmesiyle benzersiz parçalara dönüşebiliyordu. Bu, benim içimdeki yaratıcılığı tam anlamıyla serbest bırakabileceğim bir dünyaydı. Mücevher tasarımcılığı, zanaatkarlıkla derin bir bağlantıya sahip. Her parçanın titizlikle tasarlanması ve üretilmesi gerekmektedir. Tekstilde de birçok zanaatkarlık örneği vardı; ancak mücevher tasarımının ince detaylara ve hassas işçiliğe olan vurgusu beni çeken şeydi.

Mücevher konusunda ne tür eğitimler aldınız?

Eğitimlerimi 45 yıllık akademik sanatçı ve zanaatkar 'Golden Anatolia' kurucusu Murat Niş Hocamdan aldım. Tekstilde çalışıp kumaştan madene geçmek, farklı bir alanda eğitim almaya başlamak beni çok telaşlandırmıştı; ama kendimi bu konuda çok sanlı hissediyordum. Bu zorlu süreçte, Murat Niş hocamın rehberliği ve deneyimi bana yol gösterici oldu. Matrix Gold öğrenmek için de sevgili Mehmet Pekin hocamdan ders aldım. Mehmet hocamın bana aktardıklarıyla hayata geçirilebilir ürün tasarlamayı öğrendim. Bu sektörde 4.yılım bu sene bitiyor, her gün girdiğim atölyelerde yeni teknikler ve malzemeler tanıyorum. Sohbet ettiğim, konuştuğum her iş yeri sahibi ve orada çalışan işçiler ve ustalar bana öğretmen olmaya devam ediyor.

İlk tasarımını yaptığınız takı ve ilk koleksiyonunuz ne oldu?

İlk koleksiyonumda 18-19 yy'dan ilham aldım aslında halen en sevdiğim dönem diyebilirim. İlk koleksiyonum Rainbow koleksiyonuydu halen çok sevdiğim ürünlerimin satışı devam ediyor. İlk ürünüm de markadan ismini alan Victoria kolyesiydi. Üzeri mineli madalyon kolyesi renk seçenekleri ve zinciriyle hala en favori ürünlerimden.



'Sustainability' and 'Timelessness' fashion in jewellery

Jewelry designer Jasmin Özişçi, who has been developing innovative models under the 'Dear Victoria' brand since 2019, creates designs that go beyond sustainability and passing fads by emphasizing eternal themes.

After working in the textile and fashion industry for years, how did you turn to jewellery?

After years of working in textiles, the quest to explore the limits of creativity grew in me. In textiles, there was the possibility to be creative, but jewelry design offered a freer and unlimited space for expression. Jewelry was a combination of different materials, semi-precious and precious stones that could be combined into unique pieces. This was a world where I could fully unleash the creativity in me. Jewelry design has a deep connection with craftsmanship. Every part needs to be meticulously designed and manufactured. There were many examples of craftsmanship in textiles, but it was the jewelry design's emphasis on fine details and precision craftsmanship that attracted me.

What kind of training did you receive on jewelry?

I received my training from Murat Niş, the founder of 'Golden Anatolia', an academic artist and craftsman of 45 years. I was very anxious to switch from textiles to mining and to start studying in a different field, but I feel very fortunate about this. In this challenging process, Murat Niş's guidance and experience guided me. I also took lessons from my

dear teacher Mehmet Pekin to learn Matrix Gold. I learned how to design a realizable product with what Mehmet taught me. My 4th year in this sector ends this year, and every day I get to know new techniques and materials in the workshops I enter. Every business owner and the workers and craftsmen who work there continue to be my teachers.

What was the first jewelry you designed and your first collection?

In my first collection, I was inspired by the 18-19 century, in fact I can say that it is still my favorite period. My first collection was the Rainbow collection and I still continue to sell my favorite products. My first product was the Victoria necklace, named after the brand. The enameled medallion necklace is still one of my favorite products with its color options and chain.

What kind of style and philosophy do you have in design?

Since the 'Dear Victoria' brand is inspired by the loving and loved, we make sure that it is accessible to everyone as much as possible. Although our production is shaped in gold and silver according to design and customer demand, our main material is micron plated on silver. One of the

most important techniques for our brand is enamel art with pen workmanship. While we achieve a retro look with the linear patterns we create, we include enamel workmanship to complete the spirit of the product. At the same time, as a regular user of the products, it is very important to me that they are comfortable and functional. It is possible to combine our earrings with our chains to make a beautiful necklace. The next day, you can use the same earring as the collar button of your shirt.

Can you explain your mission of 'designing sustainable and timeless pieces'?

For me, sustainability and timelessness are the cornerstones of jewelry design. Sustainability reflects our responsibility to protect our environment and leave a legacy for future generations, while timelessness goes beyond temporary trends and ensures the longevity of my designs. I am taking various steps to realize my sustainability mission. For example, being careful in the choice of materials and favoring materials from sustainable sources. For example, we apply micron plating using recycled silver. Timelessness means ensuring that my designs stay ahead of fashion trends. In my designs, I prefer classic and unconventional lines and try to create an aesthetic that is independent of tempo-

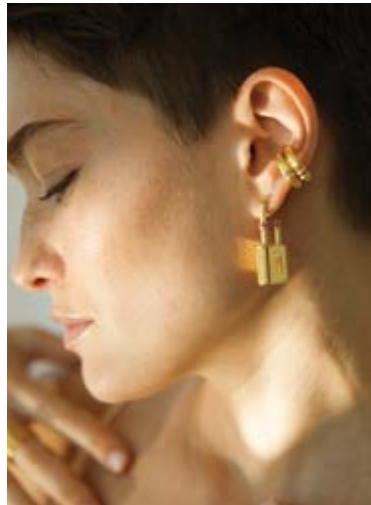


rary fashion trends. My clients will be able to use my products for many years to come and pass them down to new generations in this way.

Is there a collection you are currently working on?

I am preparing a collection inspired by the sun for summer. I create works with components that shine like the sun by using a lot of machining and manufacturing processes. The Dear Victoria brand's most popular items are still from the Safety Pin series.

Because of this, we revamp these products and create them in line with the jewelry fad for 2023.



Tasarımda nasıl bir tarzınız ve felsefeniz var?

'Dear Victoria' markası seven ve sevilenlerden ilham aldığı için mümkün olduğunca herkes tarafından ulaşılabilir marka olmasına özen gösteriyoruz. Üretimimiz tasarım ve müşteri talebine göre, altın ve gümüş olarak şekillense de ana malzememiz gümüş üzerine mikron kaplama. Markamız için en önemli tekniklerden biri kalem işçiliği ile mine sanatıdır. Yarattığımız çizgisel desenlerle retro görünümünü elde ederken, ürününün ruhunu tamamlamak için mine işçiliğine yer veriyoruz. Aynı zamanda ürünlerin daimi kullanıcısı olarak, rahat ve işlevsel olması benim için çok önemlidir. Bizim küpelerimizi, zincirlerimizle birleştirip güzel bir kolye haline getirmek mümkün. Yine ertesi gün aynı küpeyi gömleğinizin yaka düğmesi olarak kullanabiliyorsunuz.

'Sürdürülebilir ve Zamansız parçalar tasarlama' misyonunuzu biraz açar mısınız?

Benim için sürdürülebilirlik ve zamansızlık, mücevher tasarımının temel taşlarıdır. Sürdürülebilirlik, çevremizi koruma ve gelecek nesiller için bir miras bırakma sorumluluğumuzu yansıtırken, zamansızlık ise geçici trendlerin ötesine geçerek tasarımlarımın uzun ömürlü olmasını sağlar. Sürdürülebilirlik misyonumu gerçekleştirmek için çeşitli adımlar atıyorum. Mesela, malzeme seçiminde dikkatli olmak ve sürdürülebilir kaynaklardan elde edilen malzemeleri tercih etmek. Örneğin; geri dönüştürülmüş gümüş kullanarak mikron kaplama uyguluyoruz. Zamansızlık ise tasarımlarımın moda trendlerinin ötesinde kalmasını sağlamak anlamına geliyor. Tasarımlarımda, klasik ve sıradan olmayan çizgileri tercih ediyorum ve geçici moda akımlarından bağımsız bir estetik yaratmaya çalışıyorum. Böylece, müşterilerim parçalarını uzun yıllar boyunca severek kullanabilir ve gelecek nesillere aktarabilir.

Şu anda üzerinde çalıştığınız bir koleksiyon var mı?

Yaz için ilhamını güneşten alan koleksiyon hazırlıyorum. Bolca freze ve makine tekniğini kullanarak güneş gibi ışıldayan parçalar tasarlıyorum. Safety Pin koleksiyonu Dear Victoria markasında en sevilen ürünler olarak satılmaya devam ediyor. Bu nedenle bu ürünleri 2023 mücevher trendine göre geliştirerek tekrardan tasarlıyoruz.



ML IPad Jewel

Tablet Yazılımıyla İşiniz
Daha Kolay, Daha Pratik !

Ayrıntılı Bilgi İçin Arayın



www.mlbil.com
www.mlyazilim.com
mlbil@mlbil.com
+90 212 528 87 72

M&L YAZILIM
Kuyumculuk Yazılımları ve Sistem Çözümleri
Jewellery Software and System Solutions



İlday Usta, 50 yıllık tecrübesini İKO'da gençlere aktarıyor



Yarım asrı aşkın bir süredir sadekarlık mesleğini başarıyla sürdüren Adnan İlday Usta, deneyimlerini İKO Mücevher Akademisi dersliklerinden yeni nesile aktarıyor. İlday Usta, "Bilgi ve sanat birikimimi İKO sayesinde öğrencilerimize sabır ve sevgi ile öğretiyorum." dedi.

Yazı/by: Nesim AKIN

Mesleğe ne zaman ve nasıl başladınız?
1969 yılında Kapalıçarşı İmam Ali Han'da Kadir Ayter ustamın yanında çıрак olarak başladım.

Sadekarlık olmasaydı, hayalinizde başka bir meslek var mıydı?
Oto tamiri ile ilgilenebilirdim.

Sadekarlık konusunda ustanız kimdi?
Geçen yıl kaybettiğimiz Kadir Ayter'di ustam. Zanaatı, saygıyı, yeteneklerimi kullanmayı ve sabrı ondan öğrendim.

Kadir Ayter Usta'dan meslekle ilgili öğrendiğiniz en önemli şey nedir?

İşine saygı duyarak, işimi sabırla ve titizlikle yapmayı öğrendim.

Sadekarlığın kuyumculuk içerisindeki yeri ve önemi nedir?

Sadekarlık kuyumculuğun olmazsa olmazı, ilk sırasındadır. Bir eser ortaya çıkarmaktır.

Sadekarlık işinde başarılı olmak için nelere dikkat etmek gerekiyor?

Ustaları dinlemek, izlemek, teknolojik gelişmeler ile yeteneğinizi birleştirmek.

Bu mesleğe yeni başlayacak olanlara tavsiyeleriniz neler olacak?

Yeteneğinizi keşfedip doğru kullanarak sabırla ve dikkatle çalışmanız gerekiyor.

Meslekte yarım asrı geride bıraktınız. Sadekarlıkla ilgili altın kuralınız nedir?

Öncelikle yaptığınız işe saygı duymanız en önemli kural tabii ki. Bunun yanı sıra doğadan ve hayatın içerisinde ilham alarak yeteneklerinizi ve yaratıcılığınızı kullanmak.

Mesleğiniz sırasında müşterilerinizle ilgili yaşadığınız ilginç anılarınız var mı?

Hepsi ile güzel anılarımız olmuştur.

İşe başladığınız dönemde nasıl bir usta-çırak ilişkisi vardı? Bugün nasıl?

İşe başladığım dönemlerde teknolojik imkanlar yoktu. Ustalarımızı izleyerek, dinleyerek sürekli bir şeyler kapma peşindeydik. İnternet gibi başka araştıracağımız alanlar yoktu. Bugün el sanatları ile teknoloji birleşmiş durumda ve bu bence usta çırak ilişkilerinde daha üretken olmayı daha yaratıcı eserler ortaya çıkarmayı sağlayacak.

Usta-çırak çalışma tarzının sektör için önemi nedir?

Ustaların bilgi birikimlerini, deneyimlerini ve iş disiplinlerini yeni nesillere aktarması hususunda önemlidir.

Türk kuyumculuk sektörünün bugünü ve geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Kuyumculuk sektörü teknoloji ile birlikte çok hızlı gelişmektedir. Model çeşitliliği gün geçtikçe artmakta ve yeni tasarımlar hızla üretilmektedir.

İKO Mücevher Akademisi'nde vereceğiniz sadekarlık eğitimi konusunda neler söylemek istersiniz?

Öncelikle sadekarlık sanatını günümüz teknolojisi ile birleştirerek, yeteneklerini kullanmak isteyen öğrencilere böyle bir imkan sunduğu için ve beni ve diğer ustalarımızı da buna vesile ettiği için İKO Mücevher Akademisi'ne teşekkürlerimi sunarım. Bilgi ve sanat birikimimi İKO sayesinde öğrencilerimize sabır ve sevgi ile aktaracağım. Akademinin sunduğu teknolojik imkanlar sayesinde de çok şey öğreneceğim.



İlday Usta shares his 50 years of experience with young people at İKO

In the classrooms of İKO Jewellery Academy, Master Adnan İlday, who has successfully continued his career as a sadekar for more than 50 years, imparts his knowledge to the younger generation. İlday Usta said, "Thanks to İKO, I am able to patiently and lovingly impart my knowledge and art accumulation to our students."

When and how did you start your career?

In 1969, I started as an assistant to my master Kadir Ayter in Grand Bazaar Imam Ali Khan.

If you were not sadekar, did you dream of another profession?

I could've taken up auto repair.

Who was your master in being a sadekar?

My master was Kadir Ayter, who we lost last year. From him, I acquired abilities in patience, workmanship, and respect.

What is the most significant lesson you took away from

Master Kadir Ayter regarding your line of work?

I developed the patience and diligence necessary to complete my assignment with respect.

What is the place and importance of Sadekar in jewellery making?

Loyalty is the indispensable, first step of jewellery making. It is to create an art work.

What do you need to pay attention to in order to be successful in sadekar?

It is crucial to monitor, observe, and blend your talent with technology advancements.



What words of wisdom would you impart to individuals planning to enter this field?

You must diligently and slowly develop your gift by knowing how to apply it.

You have been in this profession more than a half a century. What is your golden rule about being a sadekar?

First of all, of course, the most important rule is to respect what you do. Additionally, employing your skills and imagination while

drawing inspiration from life and environment.

Do you have any interesting memories about your customers during your career?

We had good memories with them all.

What sort of master-apprentice arrangement existed when you first started working? How is it today?

When I started my job, there were not much technological facilities. We were always trying to

learn something by watching and listening to our masters. We had no other areas to search, such as the Internet. Since crafts and technology are now combined, I believe we will be able to have master-apprentice relationships that are more fruitful and produce more creative works as a result.

What is the importance of master-apprentice working style for the sector?

It is crucial for masters to pass on to younger generations their expertise, life lessons, and professional ethics.

How do you see the present and future of the Turkish jewellery sector?

Technology is accelerating the development of the jewelry industry. The variety of models is increasing day by day and new designs are produced rapidly.

Would you like to express anything about the instruction you will be providing at İKO Jewellery Academy?

I want to start by thanking İKO Jewellery Academy for giving students the chance to put their talents to use by fusing sadekarism with modern technology, and for including me and our other teachers in this. I will transfer my knowledge and art experience to our students with patience and love thanks to İKO. I will learn a lot thanks to the technological opportunities offered by the academy.

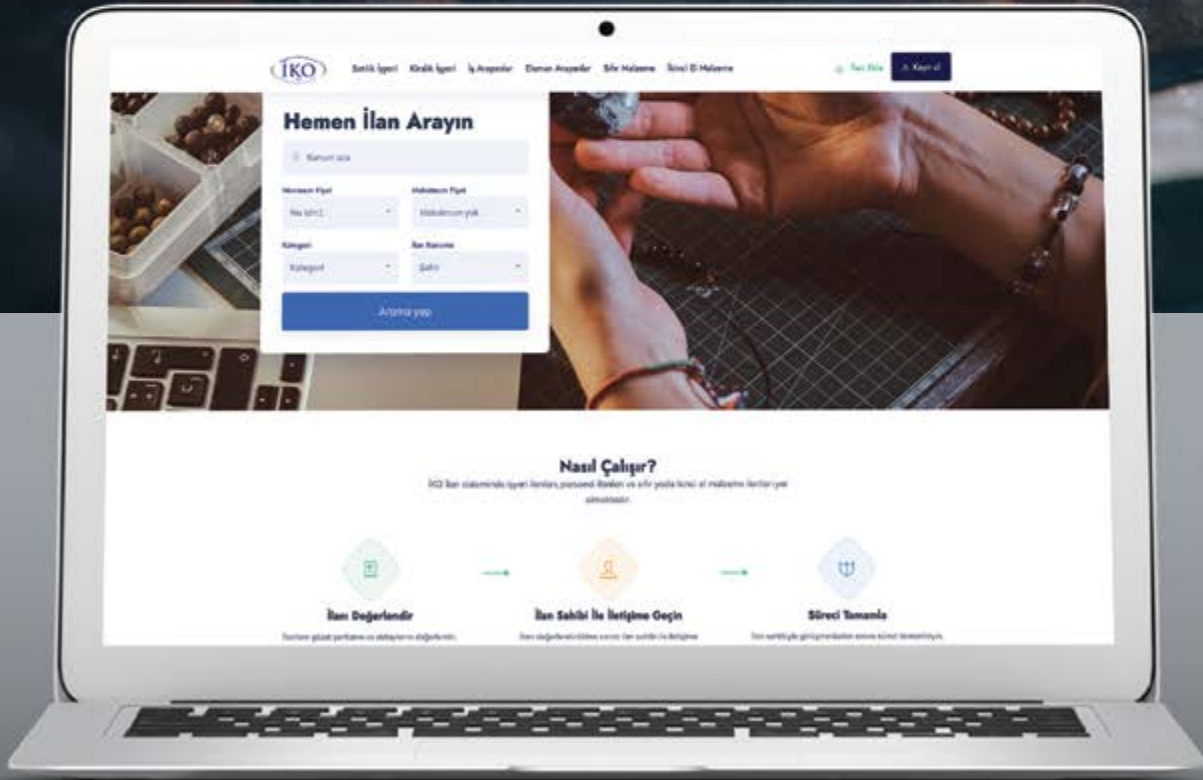
Sektörünün iş ve işçi bulma sitesi

ilan.iko.org.tr



ilan ver, al-sat, ara-bul!

SATILIK-KIRALIK İŞYERLERİ • İŞ VE İŞÇİ ARAYANLAR • SIFIR-İKİNCİ EL MALZEME



Tasarım yarışması birincisi Filiz Ersin, aldığı ödülü eğitime yatırdı

FILİZ ERSİN
POET.



Mücevher İhracatçıları Birliği tarafından düzenlenen 12. Mücevher Tasarım Yarışması'nda 'Poetic' adlı tasarımıyla birinci olan Filiz Ersin, ödülünden kazandığı parayı eğitime yatırdı. 'Poetic' koleksiyonu üzerinde çalışan tasarımcı Ersin, diğer yandan da yarışmadan aldığı ödül ile Kapalıçarşı'da bir kuyumcu ustasından eğitim alıyor.

Yazı/by: Nesim AKIN



Öncelikle sizi tanıyabilir miyiz?

Hikayem; Anadolu Üniversitesi Endüstriyel Tasarım Bölümü'nü tercih etmem ile başladı. Mimarlık Fakültesi ve endüstriyel tasarım bölümleri arasında kaldığımı ve ölçeği sebebiyle mimarlığın beni biraz korkuttuğunu itiraf etmeliyim. Elimle bir şeyleri şekillendirebilecek olmak, üretim sürecinin daha kısa olması, bireysel olarak çalışmanın ve ilerlemenin daha rahat olacağını düşünmem sebebiyle tercihim endüstriyel tasarım bölümünden yana kullandım. Her daim tasarım noktasında kafası karışık ve sorgulayıcı bir insandım. Şu an o zamanlara baktığımda bu durumun beni farklı kıldığını düşünüyorum. Ne istediğimi, hangi alanda olmanın beni tatmin edeceğini bulmam gerçekten uzun bir zaman aldı. Öncelikle kendini ikna etme hedefi olan bir insan olarak zor ikna oldum diyebilirim. Öğrencilik dönemi ve iş hayatım içerisinde de bu özelliğim her daim baskın oldu. Birbirinden farklı alanlarda üretmeye odaklandım ve ancak o şekilde tatmin olabildim. Kendimi ürün tasarımı, ambalaj tasarımı ve grafik tasarım gibi birbirinden farklı alanlarda üretimler yapan multidisipliner bir tasarımcı olarak tanımlayabilirim.

Mücevher tasarımı, hayal ettiğiniz bir meslek miydi?

Tasarım sürecinin aslında her bir disiplinde birbirine yakın olduğunu ve çıktıdan ziyade işimin sürecinden çok zevk aldığımı anladım. Bir mücevher tasarımcısı olarak eğitim almadım; ama multidisipliner bir tasarımcı olma isteğim beni şu an sizin karşınıza getirebildi ve bundan gerçekten çok mutluyum. Tasarım üzerine olabildiğince geniş bir perspektifte kendimi ifade edebilmeyi istiyorum. Son yıllarda trend olarak artış eğilimi gösteren mücevher sektörü de her zaman uzaktan aklımı çelen bir alan olmuştur. Sosyal medyanın da etkisiyle görünür olmanın çok nitelikli yollarından biri olarak göründü bana. O sebeple bu alanda üretim yapmaya devam etmeyi istiyorum.

Mücevher trendleri sizin için ne anlam ifade ediyor?

Trendlere birebir bağlı olmayı değil; fakat sektörün ve kullanıcının tercihlerini özümseyip üzerine kendi perspektifimden bir şeyler katabilmeyi seviyorum. Trendler çok hızlı değişim gösterebilir. Tasarımcı olarak ürünlerimin altındaki anlamı irdeledikçe insanların yakınlık kurma isteğinin oluşmasının tasarım dilimi daha iyi ifade ettiğini düşünüyorum. Trend olanın ötesinde belki bir sonraki kuşağa geçebilecek nitelikte bir mücevher tasarlama fikri, beni çok daha fazla heyecanlandırıyor.

Mücevher Tasarım Yarışması'nda birincilik ödülü aldığınız 'Poetic' adlı tasarımın bir hikayesi var mı?

Poetic'in hikayesi; Sisifos ve Adem&Havva mitlerine dayanıyor. Giydiklerimiz aracılığıyla bize ait manifestoları gündelik yaşamımıza dahil ettiğimiz yeni dünya ve üzerimizde taşıdığımız bir mücevherin simgesel gücünün önemi Poetic ürününe ilham verdi. Sonsuza kadar büyük bir kayayı bir tepenin en yüksek noktasına yuvarlamaya mahkum edilmiş, aşağı düşeceğini bilse de taşı tekrar tekrar yukarı çıkarmaya çabalayan Sisifos ve yaratılıştan bu yana varoluş mücadelesini yılmadan birlikte veren, o kayayı her gün sırt sırta birlikte taşıyan kadın ve erkekler. Bu iki güçlü mit, hem fiziksel hem de kavramsal olarak tasarımına ilham oldu. Gündelik yaşamı ve kadın bedeninin zarafetini kutlayan Poetic; var olmayan her halini tüm olumsuzluklara rağmen omuzlarında zarifçe taşıyan günümüz güçlü ve yaratıcı kadınları için tasarlandı. Kadın te-



Filiz Ersin, design competition winner, invested her prize in education

Filiz Ersin, who ranked first with her design named 'Poetic' in the 12th Jewelry Design Competition organized by the Jewelry Exporters' Association, invested the prize money in education. Designer Ersin, who is working on the 'Poetic' collection, is also receiving training from a master jeweler in Kapalıçarşı with the prize she received from the competition.

First of all, could you introduce yourself?

My story started when I decided to study Industrial Design at Anadolu University. I must confess I was torn between the Faculty of Architecture and Industrial Design departments, and architecture scared me a bit because of its scale. I chose industrial design so that I could shape things with my hands, and because the production process was shorter. I also thought it would be more convenient to work and progress on my own. I have always been confused and skeptical when it comes to design. Looking back on those times now, I think this made me different. It took me a really long time to figure out what I wanted, and what field would satisfy me. First of all, as a person who has the goal of convincing herself, I can say that it was difficult for me to be convinced. This has always been my dominant characteristic during my student and professional life. I focused on producing in differ-

ent fields and I only found fulfillment that way. I define myself as a multidisciplinary designer who works in different fields such as product design, packaging design and graphic design.

Was jewelry design your dream job?

I realized that the process of design is actually very similar in every discipline and that I enjoy the process of my work more than the output. I am not trained as a jewelry designer, but my desire to be a multidisciplinary designer has led me to this moment with you and I am truly happy about it. I wish to be able to express myself on design from as broad a perspective as possible. The jewelry sector, which has been on the rise as a trend in recent years, has always been a field that has attracted me from afar. It seemed to me one of the most qualified ways of being visible with the influence of social media. That is the reason why I want to keep producing in this field.



What do jewelry trends mean to you?

I do not necessarily like to be tied to trends, but I like to be able to assimilate the preferences of the industry and the consumer and add something from my own perspective. Trends come and go very quickly. I think that as a designer, the more I explore the meaning behind my products, the more I think that people's desire for intimacy expresses my design language better. I get much more excited about the idea of designing a piece of jewelry that goes well beyond what is trendy and can be passed on to the next generation.

What is the story behind 'Poetic', the design you won the first prize in the Jewelry Design Competition with?

Poetic is based on the myths of Sisyphus and Adam & Eve. It was inspired by this new world, where we incorporate our own manifestos into our daily lives through what we wear, and the importance of the symbolic power of a piece of jewelry we wear. Sisyphus, condemned forever to endlessly roll a large boulder to the highest point of a hill, struggling to bring it up again and again, knowing full well that it will fall down, and men and women who have been tirelessly struggling for existence together since creation, carrying that boulder together, side by side, day after day. These two powerful myths inspired my design, both physically and conceptually. Celebrating everyday life and the exquisiteness of the female body, Poetic is designed for today's strong and creative women who gracefully carry their every non-existent state

on their shoulders in spite of all odds. I wanted to address the female theme from a strong and positive standpoint.

Which comments would you like to make about the competition? What is your plan with this award?

It was a unique experience to have the competition in two stages and to carry out the prototype process with a company I paired with. We realized a production process that was both professional and sincere with my sponsor Coşar Silver. I must say that Mr. Coşkun George Alis' meticulous and respectful attitude towards his profession during the process of production has given me a new perspective. Learning together and then feeling that you have succeeded together is a really special feeling. With my award, I started to receive training from a good master in Kapalıçarşı. I think that spending time with the material in the workshop will nourish me in many areas.

Is there a model or collection you are currently working on?

We are working on the collection of Poetic with my colleague Güneş Uçar, with whom I have worked on many projects in my professional life. It is both exciting for us and unclear at the moment in which formats and in what kind of planning we will present it. I firmly believe in the power of co-production. I hope we will be able to present to you soon.

Could you share your future goals with us?

I aspire to leave design ideas with a long life cycle in this world of consumerism where the meaning of everything is ever-changing.

masını güçlü ve pozitif bir yerden ele almayı istedim.

Yarışmayla ilgili neler söylemek istersiniz? Aldığınız ödül ile neler yapmayı planlıyorsunuz?

Yarışmanın iki etapta gerçekleşmesi ve prototip sürecini eşleştirdiğiniz bir şirketle gerçekleştiriyor olmanız eşsiz bir deneyimdi. Sponsorum Coşar Silver ile hem profesyonel, hem de içten bir üretim süreci gerçekleştirdik. Coşkun George Alis Bey'in üretim sürecindeki titiz ve mesleğine olan saygılı tutumunun bana yeni bir bakış açısı kazandırdığını söylemek isterim. Birlikte öğrenmek, akabinde birlikte başardığınızı hissetmek gerçekten çok özel bir duygu. Ödülüm ile Kapalıçarşı'da iyi bir ustadan eğitim almaya başladım. Atölyede malzemeye vakit geçirmenin beni birçok alanda besleyeceğini düşünüyorum.

Şu anda üzerinde çalıştığınız bir model veya koleksiyon var mı?

Profesyonel hayatımdaki birçok projeyi yan yana gerçekleştirdiğim iş arkadaşım Güneş Uçar ile birlikte Poetic'in koleksiyonunu üzerine çalışıyoruz. Hangi formatlarda nasıl bir planlama içerisinde sunacağımız hem bize heyecan veren hem de şu an net olmayan konular. Birlikte üretmenin gücüne çok inanıyorum. Umarım kısa süre içerisinde sizlerin karşısında olabileceğiz.

Gelecekle ilgili hedeflerinizi bizimle paylaşabilir misiniz?

Her şeyin oldukça hızlı bir şekilde anlamının değiştiği bu tüketim dünyasına yaşam döngüsü uzun tasarım fikirleri bırakabilmeyi hedefliyorum.



**02-05
KASIM 2023**

DİYARBAKIR MEZOPOTAMYA KUYUMCULUK KUYUM MAKİNELERİ VE FRANCHISE FUARI

**ALZ MEZOPOTAMYA (DİYARBAKIR)
ULUSLARARASI FUAR VE KONGRE MERKEZİ**

ANA SPONSOR

ISGOLD
ALTIN RAFİNERİSİ A.Ş.

elif GOLD

Altınay®
ALYANS & PİRLANTA

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



**START
FUARCILIK**



0(322) 231 09 65



Mahfesiğmaz Mahallesi Turgut Özal Bulvarı Levent Sitesi Dürük Apartmanı G2 Blok No:41 D:1 Çukurova/ADANA



www.startfuar.com

Partam Derderyan Usta-çırak, kuyumculuk var oldukça bitmez!



İSTESOB tarafından verilen ustalık ödülünü alan 56 yıllık deneyimli mihlayıcı Partam Derderyan, "Hevesiniz varsa yapamayacağınız hiçbir şey yoktur. Usta- çırak ilişkisinin kuyumculuk var oldukça biteceğine inanmıyorum." dedi.

Yazı/by: Nesim AKIN

İstanbul Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği (İSTESOB), 24 Kasım Öğretmenler Günü nedeni ile farklı meslek dallarında hizmet veren zanaat erbabı ve yetiştirdiği çıraklarına ödül verildi. Kuyumculuk alanında ödül, Kapalıçarşı Varakçı Han'da çalışmalarını sürdüren mihlayıcı ustası Partam Derderyan ve çırağı Bahar Yüksel'e verildi. 12 yaşında Harutyun Mathatyan Usta'nın yanında mesleğe adım atan Derderyan, 56 yıldır Varakçı Han Üst Kat 9/1 No'lu dükkanda birçok kalfa ve usta yetiştirdi.

İSTESOB ödülü için neler söylemek istersiniz?

Bize bu ödülü layık gören Birlik Yönetimi'ne çok teşekkür ediyorum. Ustalık-çıraklık tabii ki güzel bir şey. İnsanları yetiştirmek ayrı bir gurur, haz ve mutluluk veriyor.

Ustalık- çıraklık eğitiminin sektörün başarısındaki katkıları nelerdir?

Daha 12 yaşındayken ustamızın yanında çalışmaya başladık. Fakat, bu zaman zarfında teknoloji çok değişti. Ustalarımızdan öğrendiğimiz işlerle şimdiki neslin yaptığı işler farklıdır. Açıkçası yeni teknikleri ustalarımızdan görmediğimiz için tedirginlik yaşadık. Bu nedenle gençlerin yanına gitim ve bana bunları öğretmelerini istedim. A'dan Z'ye kadar kalibre, baget ve kanal mihlamayı gösterdiler. Gözüm kapalı hangi iş gelirse yapıyorum. Son 10 yıl içerisinde mikro mihlama çıktı. Hazır güverse işini büyüteçle yapıyorum. Mikrocu ise mikro ile yapıyor. Pave mihlamayı ben de yaparım; ama mikroskobun görmüş olduğu şey ile aynı görüntüyü veremiyorum.

Sektörün geleceğini nasıl görüyorsunuz?

İyi görüyorum. Hakikaten Türkiye olarak sanat ve zanaat alanında Avrupa ile baş edecek pozisyondayız. Bazen, dünya markalarının videolarını seyrediyorum, inanın benim yaptığım işler daha güzel diyorum.

Sektör olarak pazarlama ve markalaşmada biraz geride mi kaldık?

Markalaşma konusunun da zamanla aşacağımıza inanıyorum.

Geçmişten bugüne usta- çırak ilişkileri nasıl değişti?

Çıraklığım ile şimdiki mukayese edemiyorum. Doğu ile Batı kadar aralarında fark var. Bakın biri 35 diğeri 43 yaşında iki oğlum var. Dükkana getirdim, 'Bu işi yapın!' dedim, 'Baba sen yap!' dediler. Mesleğimi çok seviyorum. Allah, beni yeniden dünyaya getirirse yine bu işi yaparım. Tabii ki eksiklerim var. Doğru dürüst konuşabileceğim bir yabancı diliminin olmamasının eksikliğini hep hissettim. Dil öğrenmeye vaktimiz yoktu, çocuklarımin yüzüne göremiyorduk. Mesleğe girdiğimizde bu mesleği öğrenmek dışında başka alternatifimiz yoktu. Bugünkü gençlerin ise böyle bir iddiaları yok. İki yıl çıraklık yaptım. Bu süre hep kahve al, çay al ile geçti. Çünkü, usta bir şey anlattığı zaman onu idrak edecek yaşta değildim. Artık, çırak yetiştiremiyoruz. Çırak geliyor, 2-3 gün veya 1 hafta kalıyor. Bakıyor ki zorlanıyor, çıkıyor gidiyor.



Partam Derderyan

The master-apprentice will last as long as jewelry making exists!

Partam Derderyan, a 56-year old experienced nailer who received the mastery award given by ISTESOB, said, "If you have enthusiasm, there is nothing you cannot do. I do not believe that the master-apprentice relationship will end as long as the jewelry business exists."

Istanbul Union of Chambers of Merchants and Craftsmen (ISTESOB) gave awards to craftsmen serving in different professions and the apprentices they trained on the occasion of November 24 Teachers' Day. In the field of jewelry making, the award was given to the master nailer Partam Derderyan and his apprentice Bahar Yüksel, who continue their work in the Grand Bazaar Varakçı Han. At the age of 12, Derderyan stepped into the profession with Master Harutyun Mathatyan, and for 56 years, he has trained many journeymen and masters in the shop No. 9/1 on the upper floor of Varakçı Han.

What would you like to say about the ISTESOB award?

I would like to thank the Union Board for deeming us worthy of this award. Master-apprenticeship is of course a good thing. It gives pride, pleasure and happiness to train people.

What are the contributions of master-apprenticeship training to the success of the sector?

We started working for our master when we were only 12 years old. But technology has changed a lot in the meantime. The work we learned from our masters is not the same as the work done by the current generation. To be frank, we were worried because we had not learned the new techniques from our masters. So I went to the young people and

asked them to teach me these things. From A to Z, they demonstrated caliber, baguette and channel nailing. I do whatever work comes my blindfold. In the last 10 years, micro nailing has emerged. I use a magnifying glass for the ready-made guverse. And the micro maker does it with micro. I also do pave nailing, but I can't give the same image as what the microscope sees.

What is your opinion about future of the sector?

I see it well. We are in a position to compete with Europe in the field of arts and crafts. Sometimes I watch videos of world brands and I say, "Believe it or not, my work is more beautiful."

Are we a little behind in marketing and branding as a sector?

I believe we will overcome the branding issue in time.

How have master-apprentice relationships changed from past to present?

I can't compare my time as an apprentice with now. There is as much difference between them as between East and West. I have two sons, one 35 and the other 43 years old. I brought them to the shop, I said, 'Do this job!' They said, 'Dad, you do it!' I love my profession very much. If God brings me back to this world, I would do this job again. Of course I have incompletes. I always felt the lack of a foreign



language I could speak properly. We didn't have time for learning languages, I couldn't even see my children's faces. There was no alternative but to learn this profession when we first entered the profession. The youth of these days have no such pretensions. I was apprenticed for two years. This time was spent getting coffee and tea. Because when the master explained something, I was not old enough to comprehend it. We can no longer train apprentices. The apprentice comes, stays for 2-3 days or 1 week. He sees that he is struggling, he leaves.

What are the disadvantages of the end of apprenticeship and master craftsmanship?

I don't think it's going to end. As much as there are apprentices who don't want to do it, there are also children who we definitely want them to do it. Young girls and children come and want to do this profession. I don't believe it will end as long as the jewelry business exists. It may decrease or increase over time.

How did you begin your profession?

At the age of 12, I entered the Grand Bazaar University of Life and started working as an apprentice for Master Harutyun

Mathatyan. I was a successful student, my dream was to become an ophthalmologist, but we could not study due to financial constraints. It took two years of apprenticeship, I was very enthusiastic. If there is no enthusiasm in the profession, there is no success. If you have enthusiasm, there is nothing you cannot do. In our time, engines were very few and we were working with hand drills. Now bring a stone and I can guess how many centimeters it is. There is a big difference between the bazaar of our time and today. We could not whistle while walking on the road. Today, when you walk on the road, they ask you if you have a lighter to light a cigarette. In 1978, when my master went to America, I started to run the shop. I still use our master's safe.

What are your recommendations for those who will start this profession?

First of all, you have to love your job. You must work tirelessly, without giving up. When you do these things, success comes by itself. To become a good master, honesty, hard work and trust are important.

Çıraklık- Ustalık işinin bitme noktasına gelmesi ne gibi dezavantajlar doğurur?

Biteceği kanaatinde değilim. Ne kadar istemeyen çıraklar varsa muhakkak yapmasını istediğimiz çocuklar da var. Genç kızlar ve çocuklar gelip bu mesleği yapmak istiyorlar. Kuyumculuk var, oldukça biteceğine inanmıyorum. Zaman içerisinde azalır veya çoğalabilir.

Mesleğe nasıl başladınız?

12 yaşında Kapalıçarşı Hayat Üniversitesi'ne girdim ve Harutyun Mathatyan Usta'nın yanında çırak olarak çalışmaya başladım. Başarılı bir öğrenciydim, hayalim göz doktoru olmaktı; ama maddi olanaksızlıktan dolayı okuyamadık. İki yıllık çıraklık dönemi sürdü, çok hevesliydim. Meslekte zaten heves olmazsa başarı da olmaz. Hevesiniz varsa yapamayacağınız bir şey yoktur. Bizim zamanımızda motorlar çok azdı ve biz el matkabı çalışıyorduk. Şimdi bir taş getirin kaç santimdir gözümle tahmin edebilirim. Bizimki zamanki Çarşı ile bugünkü arasında çok fark var. Biz, yolda yürürken ısıklık çalamazdık. Bugün ise yolda yürüyorsunuz abi, çakmağın var mı sigara yakmak istiyorlar. 1978 yılında ustam Amerika'ya gidince dükkanı işletmeye başladım. Halen ustamızın kasasını kullanırım.

Bu mesleğe yeni başlayacak olanlara tavsiyeleriniz nelerdir?

İlk başta işinizi seveceksiniz. Yılmadan, usanmadan çalışmaları gerekir. Zaten bunları yaparsanız başarı kendiliğinden geliyor. İyi bir usta olmak için dürüstlük, çalışkanlık ve itimat önemlidir.



Partam Derderyan ve Bahar Yüksel

GAZİANTEP

EXCLUSIVE
JEWELLERY SHOW



ALTIN
PIRLANTA
ELMAS
MALZEME

Ana Sponsor

CEMCEM

İstanbul
SINCE 1983

15-16-17 Eylül
2023

FUAR ALANI



SHIMALL
OTEL VE KONGRE MERKEZİ



Email : faruk@esfafuar.com.tr
Web : www.esfafuar.com.tr

Bu Fuar 5174 sayılı Kanun gereğince TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) denetiminde düzenlenmektedir.



esfafuar



esfafuarcilik

Ziyaret Saatleri: 10:00 - 19:00



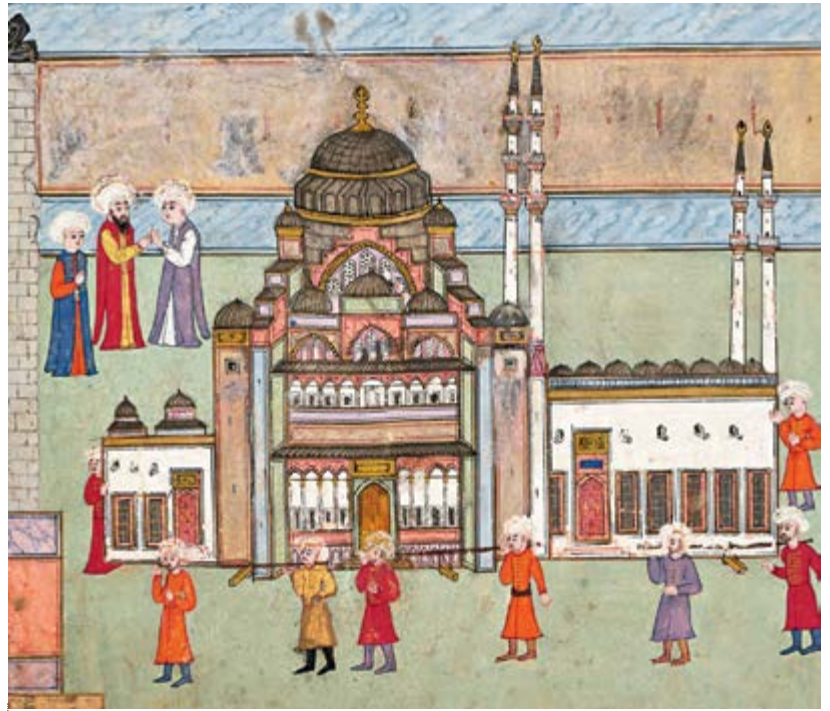


Süleymaniye Camii'nin taşlarındaki mücevherler

Süleymaniye inşaatının uzun sürmesi üzerine Şah Tahmasp, Sultan Süleyman'ın maddi olarak zor durumda olduğunu ima ederek elçisi vasıtasıyla bin kese mal, bir kutu da mücevher göndermiş. Bu küstahlığa sinirlenen Kanuni, malları Yahudilere dağıtmış ve mücevherleri de elçi huzurunda Mimar Sinan'a vermiş ve O'na: Bu taşlar benim camimim taşlarının yanında kıymetsizdir deyip, bunların diğer taşlar içine konulup bina edilmesini emretmiş.

Kanuni Sultan Süleyman tarafından şehirde büyük camiler, su altyapısı projeleri ve saraylar inşa edilmiş. Sultan, aynı şeyi yapmaları için vezirlerini de teşvik ediyordu. 46 yıllık uzun saltanatı ona camiler, medreseler ve diğer kamu binalarını inşa edecek veya onları restore edecek ve neredeyse tüm önemli kentlerdeki türbeleri ve başka yerlerdeki daha küçük bu çok yapıyı kendi namına yenileyecek zamanı tanıdı. Onun İstanbul'a bıraktığı miras sadece hem kentin görüntüsüne hem de hukuki-dini öğretim faaliyetlerine hâkim Süleyman Külliyesi'nden ibaret değildi; aynı zamanda altı büyük cami, çeşitli medreseler ve hayati önemdeki su dağıtım şebekesinin yenilenmesi de bu mirasın içinde yer alıyor-

Yazı/by: Nuri DURUCU/ G.Ü Gaziantep Meslek Yüksekokulu
Kuyumculuk ve Takı Tasarım Programı



Jewels in the stones of the Süleymaniye Mosque

Upon the prolonged construction of Süleymaniye, Shah Tahmasp sent a thousand bags of goods and a box of jewels through his envoy, implying that Sultan Suleiman was in a difficult financial situation. Angered by this insolence, Suleiman the Magnificent distributed the goods to the Jews and gave the jewels to Mimar Sinan in the presence of the envoy and said: Saying that these stones were worthless compared to the stones of my mosque, he ordered them to be placed in other stones and be built.

Suleiman the Magnificent built large mosques, water infrastructure projects and palaces in the city. The Sultan encouraged his viziers to do the same. His long 46-year reign gave him time to build or restore mosques, madrasas and other public buildings, and to renovate the mausoleums in almost all major cities and many smaller structures elsewhere on his own behalf. His legacy to Istanbul was not only the Suleiman Complex, which dominated both the cityscape and the legal and religious teaching activities, but also six large mosques, several madrasas and the renovation of the vital water distribution network. These

works provided a wide range of jobs for architects, engineers, masons, workers, calligraphers, scribes, ink writers, bookbinders, jewelers, etc., and encouraged the development of production branches such as pottery, tile-making, weaving and metal-working. The concept of the sultan's wife and daughters having foundation buildings built became more common during the reign of Suleiman the Magnificent. The Sultan's mother Hafsa, her daughter Mihrimah, her sisters and grandchildren, and especially Haseki Hürrem's foundation constructions were much larger than those of their predecessors. Thus,

for the first time after the Fatih Complex, Beyazıt Complex and Yavuz Sultan Selim Complex, very significant architectural structures were built in Istanbul, the capital of the Ottoman Empire.

While the Süleymaniye Mosque was being built, Sinan the Architect took a break for a year to allow the foundation of the construction to settle. Taking advantage of the long construction period, Shah Tahmasp sent a thousand bags of goods and a box of jewels through his envoy, implying that Sultan Suleiman was in a difficult financial situation. Angered by this insolence, Suleiman the Magnificent distributed the goods to the Jews and gave the jewels to Mimar Sinan in the presence of the envoy. He said: Saying that these stones were worthless compared to the stones of my mosque, he ordered them to be placed in other stones and be built. Mimar Sinan placed

the precious jewels dexterously between the stones of one of the minarets on the Golden Horn side of the Süleymaniye Mosque. This minaret is called “Cevahir (Jewelry)minaret” because diamonds shine in the sunlight. According to Evliya Çelebi, over time these stones “deteriorated due to the intensity of the heat and lost their sparkle”. However, in the center of the sofa arch of the qibla door of the mosque, a round bowl-sized “piruze-i nishaburi”, that is, “Nishabur’s turquoise”, is still standing and its brightness dazzles the eye.

Reinhold Lubenau, the pharmacist of the Holy Roman-German delegation that toured the Ottoman lands between 1587-1789, wrote on his way from Edirne to Istanbul that all the bolts, hinges, handles and locks on the doors of the Selimiye Mosque were covered with gold. It is likely that this ornament applied on metal



du. Bu çalışmalar mimarlara, mühendislere, duvarcılara, işçilere, hattatlara, yazıcılara, mücellitlere, mücevheratçılara, kuyumculara vs. geniş bir iş alanı sağladı ve çömlekçilik, kiremitçilik, dokuma ve metal işleme gibi üretim dallarında gelişmeyi teşvik etti. Padişahın eşi ve kızlarının vakıf binaları inşa ettirmesi anlayışı Kanuni zamanında daha da yerleşti. Sultanın validesi Hafsa, kızı Mihrimah, kız kardeşleri ve torunları ve özellikle Haseki Hürrem’in vakıf inşaatları kendilerinden önceki seleflerinden çok daha büyüktü. Böylece Fatih Külliyesi, Beyazıt Külliyesi ve Yavuz Sultan Selim Külliyesi’nden sonra ilk defa Osmanlı Devleti’nin başkenti olan İstanbul’da çok mühim mimari yapılar inşa edilmiş oldu.



Süleymaniye Camii yapılırken inşaatın temelini oturması için Mimar Sinan bir yıl ara verdi, inşaatın bundan dolayı uzun sürmesini fırsat bilen Şah Tahmasp, Sultan Süleyman’ın maddi olarak zor durumda olduğunu ima ederek elçisi vasıtasıyla bin kese mal, bir kutu da mücevher göndermiş. Bu küstahlığa sinirlenen Kanuni, malları Yahudilere dağıtmış ve mücevherleri de elçi huzurunda Mimar Sinan’a vermiş. Ona: Bu taşlar benim camimim taşlarının yanında kıymetsizdir deyip, bunların diğer taşlar içine konulup bina edilmesini emretmiş. Mimar Sinan, değerli mücevher taşlarını Süleymaniye Camii’sinin Haliç tarafındaki minarelerinden birinin taşları arasına maharetle yerleştirmiş. Güneş ışığında elmaslar parladığı için bu minareye “Cevahir minaresi” adı verilmiş. Evliya Çelebi, bu taşların zamanla “Hararet şiddetinden bozulduğunu ve pırıltılarının kaybolduğunu” yazar. Fakat caminin kible kapısının sofa kemerinin ortasında bir yuvarlak kâse büyüklüğündeki “piruze-i nishaburi”nin, yani “Nişabur firuzesinin” hala durduğunu ve parlaklığının göz kamaştırdığını ifade eder.

1587-1789 yılları arasında Osmanlı topraklarını gezen Kutsal Roma-Germen heyetinin eczacısı Reinhold Lubenau, Edirne'den İstanbul'a giderken Selimiye Camii'nin kapılarındaki tüm sürgülerin, menteşelerin, tutacakların ve kilitlerin altınla kaplı olduğunu yazar. Metal üzerine uygulanan bu tezeyinatın Süleymaniye Camii içinde yapılmış olması muhtemeldir. Kanuni devrinde yaşanan Safevilerin gönderdiği değerli taşların minareye yerleştirilmesi olayı Lale Devri'nde İstanbul'un bir taşını bile Acem mülküne feda etmemek gibi muazzam bir anlayışa ulaşmıştır. Lale Devri şairi Nedim, İstanbul'u şöyle anlatır:

*Bu İstanbul kenti değer biçilemeyecek kadar eşsizdir,
Onun bir taşına tüm Acem ülkesi feda olsun.
O, iki deniz arasında tek parça bir mücevher gibidir,
Dünyayı aydınlatan, ısıtan güneş ile bir tutul-sa yeridir.*



was made inside the Süleymaniye Mosque. The incident of placing precious stones sent by the Safavids in the minarets during the reign of Suleiman the Magnificent reached a tremendous understanding of not sacrificing even one stone of Istanbul to Persian property during the Tulip Era. The Tulip Age poet Nedim describes Istanbul as follows:

*This city of Istanbul is so unique that it cannot be valued,
May the whole Persian country be sacrificed for a stone of it.
It is like a single piece of jewellery between two seas,
It should be equated with the sun that illuminates and warms the world.*





Kuyumculuk müfredatı, ‘Çalıştay’ ile yeniden gözden geçirildi

Birinci sınıftan itibaren öğrencilere yetenek ve becerilerine göre eğitim verilmesinin önemini vurgulayan Marmara Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı ve Kuyumculuk ve Mücevher Tasarımı Bölüm Başkanı Prof. Dr. Sibel Kılıç, bu kapsamda kuyumculuk ve mücevher tasarımı bölümlerinde, sektörün beklentileri ve gelişen teknolojik gelişmeler doğrultusunda nitelikli öğrencilerin yetişmesi amacıyla Türk kuyumculuk sektörünün tüm paydaşlarının yer alacağı “Müfredat Değişimi Ana Gündemli ‘Çalıştay’ yapmış, çıkan sonuçlar doğrultusunda gerekli güncellemelerin yapıldığını, yapılacak ikinci çalıştay ile güncellemelere devam edileceğini ifade etmiştir.

Marmara Üniversitesi’nde kuyumculuk eğitimi veren okullar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Türkiye’de bu alanda eğitim vermeye başlanan ilk kurum, Marmara Üniversitesi olup, 1992 yılında Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu bünyesinde Uygulamalı Takı Teknolojisi adı altında eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdürdü. Kapanma sürecine giren iki yıllık bölümün ardından, 2010 yılında kurulan 4 yıllık Takı Teknolojisi ve Tasarımı Yüksekokulu da keza 2015 yılında öğrenci alımını durdurdu. Halen eğitim öğretimi faaliyetlerini sürmekte olan Kuyumculuk ve Mücevher Tasarımı Bölümü, 2013 yılında kurulan Uygulamalı Bilimler Fakültesi bünyesinde bulunan iki bölümden birisidir. 2017 yılında öğrenci almaya başlayan bölüm, ilk mezunlarını 2021 yılında verdi. 2022 yılına kadar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu olarak eğitim öğretim faaliyetlerini sürdüren okulumuzu, değerli ekibimin katkıları rektörlüğümüzün destekleri ile Uygulamalı Bilimler Fakültesi’ne dönüştürdük. Marmara Üniversitesi olarak bu alandaki iki yıllık ve dört yıllık tüm okullarımızdan 1992’den bu yana 715 öğrenci mezun oldu.

Yüksekokul yerine Fakülte'nin açılması neleri değiştirdi?

Bu hem teorik, hem de pratik olarak birçok şeyi değiştirdi. Öncelikle yanlış algı problemi ortadan kalktı. Bu durum, öğrenci tercihlerine doğrudan doğruya etki ederek, adının fakülte olması nedeniyle akademik başarısı yüksek öğrenciler tarafından tercih edilmesine vesile oldu. Zira adının yüksekokul olması daima iki yıllık "meslek yüksekokulu" ile karıştırılmasına sebep oluyordu. Günümüzde insanlar, merak ettiği konuyu internetten araştırıyor. Yüksekokul ile fakülte arasındaki fark nedir? vb.konularda, karşılaştıkları doğru bilgilerin yanı sıra, yanlış, eksik ve çarpıtılmış bilgilerde mevcut olması nedeni ile, bu durum okulun itibarını düşürerek tercih edilme oranına ve tercih eden öğrencilerin profillerine doğrudan doğruya etki etmekteydi. Alternatif bir bölüm olarak görülen bölümün her geçen yıl taban ve tavan puanlarının düştüğünü istatistik veriler ile doğruladık. Ancak, bu yıl fakülte olmasını takiben ortalama 50 puanlık bir artış görüldü. Böylece, öğrenci profili yükselerek, ne istediğini bilen, bu alana gönül veren öğrenciler tarafından tercih edilmesi sağlandı.

Fakülte olduktan sonra, ismi dışında değişen ne oldu?

Evet, öğrenciler fakülte mezunu olmalarını takiben prestij olarak hak ettikleri doğru algıya sahip olacaklar; ancak istihdam, özlük hakkı ve imza yetkisi itibarı ile artı bir değere sahip olmaları gerekiyor. Yapmış olduğum araştırmalar neticesinde geline nokta da bir takım dayanaklarını da esas almak sureti ile tekniker ile mühendis arasında uygun olan, TEKNOLOG unvanının verilmesi konusunda oldukça büyük ve kapsamlı bir çaba içerisinde girilerek bu konuda taslak bir dosya hazırlayarak gerekli girişimlerde bulunduk. Bu konuyu Sektör üyeleri ile birlikte gerçekleştirdiği-



Prof. Dr. Sibel Kılıç / Marmara Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı

miz Birim Danışma Kurulu'nda da gündeme getirerek hem fikir olduk. Bu dosyada ortaya konan fikir ve düşünceler Türkiye'deki ilgili okulların dekanları ve yardımcıları ile bir toplantı organize edilerek, tartışmaya açılıp büyük ölçüde destek alındı. Bu projenin gerçekleşmesi halinde Türkiye'de teknik ve mesleki eğitim alan sektörel bağlantıları olan okul mezunlarına unvan kazandırmak sureti ile imza yetkisine kavuşturacak, özlük haklarına katkıda bulunmuş olacağız. Tekniker ile mühendislik arasında olacağını öngördüğümüz, teknoloji ünvanı alınması için çalışmalarımızı sürdürmekteyiz.

Okulda verilen eğitimin içeriği nedir?

Temel olarak kara kalem tasarım, bilgisayar destekli tasarım ve atöl-

ve dersleri yer alıyor. Mezun olan öğrencilerimiz ilgi, yetenek ve eğilimlerine göre nispeten daha başarılı oldukları alanlarda, (freelance) serbest çalışma ortamlarında, kurumsal satış ve pazarlama departmanları gibi alanlarda çalışmaları mümkün olabildiği gibi, kendi iş yerlerini kurma imkanına da sahip olabiliyor. Hali hazırda bölümümüzde, bahsi geçen temel alanlar 8 (sekiz) yarı yıla homojen olarak dağıtılmış olup, ders saatleri ve kredileri bağlamında eşdeğer ağırlıklara sahiptir. Ancak, bu beş yıllık süreç içerisinde yaptığımız gözlem ve değerlendirmeler, birinci sınıftan itibaren öğrencilerin yetenek ilgi ve becerilerine göre seçmeli alanlara ayrılması ve tercih ettikleri alanda uzmanlaşmalarının daha sağlıklı sonuçlar doğuracağı konusuna odaklanmamızı sağladı.





Bu kanaate ulaşmamızdaki en büyük etken, okulumuzun TM puanı ile öğrenci alması çizim konusunda herhangi bir yetenek sınavına tabi tutulmasının söz konusu olmamasıydı. Daha önce kara kalem geçmişi olmayan birçok öğrenci, yaratıcı potansiyelleri yüksek olmakla birlikte çizim konusunda tüm çabalarına rağmen başarılı olamadıkları bu durumun verdiği özgüven problemi söz konusu oldu. Bu engeli ortadan kaldırmak ve kendilerini en iyi hissettikleri ve ilerleme kaydedeceğini düşündükleri alanda daha yüksek düzeyde geliştirmeleri için 3. sınıftan itibaren el tasarımı, bilgisayar destekli tasarım, atölye uygulamaları ve pazarlama stratejileri ana bölüm başlıkları altında seçmeli alanlara ayırmayı planlıyoruz. Bu vesile ile, sektörün ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda, değişen, gelişen teknolojik gelişmelere, beklentilere, çağdaş dünyaya entegre bir eğitim vermek üzere, müfredatımızı güncelleme niyetindeyiz. İlgili Çalıştay'da bir diğer ele alınması planlanan son derece önemli bulduğumuz konu; lise, meslek yüksekokulu ve lisans programlarının bir bütünün parçalarını oluşturması birbirlerinin devamı niteliğini taşıması konusundaki öneridir. Böylece, Türkiye'deki kuyumculuk sektörünün tüm eğitim basamaklarının ortak oluşturacağımız müfredat ile güncellenmesi gündeme gelecektir. Bu projeyi hayata geçirmemiz halinde, okullar ve sektör iş birliği içerisinde bir müfredat ortaya koyarak, sektörden eksiklere yönelik eğitim/öğretim elemanı ve usta desteği de almak sureti ile, öğrencilerimizi birlikte mezun etmiş olacak, yüksek oranda ve verimli bir istihdam alanının önünü açmış olacağız.

Genel anlamda bakıldığında bölüm mezunu öğrencilerimizin yüzde kaç sektöründe istihdam ediliyor?

Sektörde çalışma sahasına inmek isteyen öğrencilerimizin hemen hemen hepsi istihdam ediliyor.



Ben iş bulamadım diye şu ana kadar mezunlarımızdan dönüş olmadı. Burada önemli olan yüzde kaç istihdam olduğu değil, sektörün ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda, yeterli donanıma sahip, kalifiye eleman ihtiyacını en üst düzeyde karşılamasıdır. Öğrencilerimizi meslek sahibi etmek, temel ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde bir gelire sahip kılmak ya da ortalama bir yeterlilik ile sektörde yer almaları değil. Bu bağlamda değerlendirme yaptığımız zaman tatmin edici sonuçlar ile karşılaştığımız söylenemez. Dolayısı ile bahsi geçen çalıştay neticesinde, sektör ve okul arasındaki buzların erimesi, akademi ve sektörün bir bütünün parçalarını oluşturması, birbirlerinin önem ve mevcudiyetlerini tam kabul içerisinde el ele vermesinin mümkün olacağını düşünmekteyiz. İdealize ettiğimiz mezun profilini oluşturmak elbetteki yoğun emek ve çalışma dışında fiziki koşulların, atölye ortamının en uygun koşullar taşınması gerekir. Bu konuda adeta bir seferberlik başlatmış durumdayız. Mücevher İhracatçıları Birliği'ne destekleri için bu vesile ile teşekkür ederim. Ayrıca, atölyemize çok değerli merhum Nadir Metal Rafineri'nin Kurucu Başkanı Nadir Tütüncü'nün ismini vermek

sureti ile en kısa zamanda eğitim ve öğretime açacağız. Bunun yanı sıra öğrencilerimizin en büyük eksiklerinden birisi olan yabancı dil konusunda İhracatçıları Birliği sponsorluğunda haftada dört saat, özel olarak hazırlanmış kuyumculuk ve mücevher tasarımı ortamına ve terminolojisine yönelik kurs verilmeye başlandı.

Kuyumcuların en çok ihtiyaç duyduğu çalışan profili ve uzmanlık alanı nedir?

Sektörün; her şeyden bir parça ve yetersiz düzeyde bilip uygulayan, sektörün ihtiyaç ve beklentilerinden uzak, sahadan ve sahanın gerçeklerinden kopuk mezunlara değil, eğitim ve öğretim sürecinde gerek iş yeri eğitim dönemlerinde gerekse, uygun olan tüm zamanlarında sahayı derinden teneffüs eden, gerek pratik olarak gerekse teorik olarak sektör ile iletişim ve etkileşim halinde olan, yetenek ve becerisine en uygun olan bir alanda kendisini maksimum düzeyde, salt okulun değil sahanın beklentileri ile de besleyerek geliştirmiş olan mezunlara ihtiyacı var. Ayrıca, her zaman belirttiğimiz gibi günceli takip etmek, dünyaya entegre olmak, yenilik ve değişimleri takip edebilmek için en az bir ya-



Prof. Dr. Sibel Kılıç

bancı dile başta İngilizce'ye hakim olmak gerekiyor.

Okul yönetimi olarak İstanbul Kuyumcular Odası ve Mücevher İhracatçıları Birliği gibi sektörün temsil kurumlarıyla iletişiminiz nasıl?

Okul- sektör işbirliği çerçevesinde Birim Danışma Kurulumuz var. Sektör temsilcilerinden oluşan Kurul üyelerimiz ile her yıl en az bir kez toplanarak mevcut sorunları masaya yatırıp çözüm önerileri için istişareler yapmaktayız. Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı ve Yönetim Kurulu üyeleri okulumuzu ziyaret ederek bizleri onurlandırdılar. Gerek eğitim kadromuz, gerekse öğrencilerimiz, İhracatçıları Birliği'nin maddi ve manevi desteklerinden dolayı büyük bir heyecan ve mutluluk yaşadı. Ayrıca, Uslucan Kuyumculuk tarafından, freze motoru, piyasemen, heştek takımı, cila bezi, askı aparatı, mum havyası Kariyer Kuyumculuk Aziz Akbulut, yıkama ve istim makinesi desteği verdi. Bu vesile ile başta İhracatçıları Birliği kurumunun değerli Başkanı Burak YAKIN'a ve Uslucan Kuyumculuğa teşekkürlerimizi sunarız. Marmara Üniversitesi olarak her türlü eleştiriye, yeni fikre, işbirliğine hazır olduğumuzu ifade etmek isterim.

Danimarkalı Anne'nin mücevherleri

Tarih boyunca paha biçilemeyen mücevherler, bir statü sembolü olmanın yanı sıra aynı zamanda önemli bir sevgi göstergesi olmuştur. İskoçya kralı James VI'nin kraliçe eşi Danimarkalı Anne'nin mücevherleri, Kraliçe Elizabeth'ten miras kalan parçalar ile Kral James ve IV. Christian'ın hediyeleri de dahil olmak üzere 400'den fazla parçadan oluşuyor.

Yazı/by: Gülçin Pehlivan TEZDİKER

İskoçya kralı James VI'nin kraliçe eşi Danimarkalı Anne'nin (1572-1619) mücevherleri, envanterlerden ve birçok sanatçının portrelerindeki tasvirlerinden bilinmektedir. Kraliçenin özel tasarım mücevher koleksiyonundan bazı parçaların çalındığı öne sürülse de eşsiz değerli özel parçalar günümüze kadar ulaşmıştır. Kral ve kraliçe Oslo'da tanışıp evlenirler. Danimarka ve İskoçya'da düğün törenleri yapılır. Danimarka'da kendisine eşi tarafından özel olarak tasarım yaptırılmış, "Danimarka'nın nikah yüzüğü olarak adlandırılan, ortasında el ele beş pırlantalı büyük bir altın emaye yüzük seti" hediye edilir. Bu elmas yüzük hediyeler içerisindeki değerli parçayı oluşturuyordu.

Danimarkalı Anne, Mayıs 1590'da İskoçya'ya ulaştığında, Edinburgh'da bir Kraliyet Giriş töreni düzenlenir. Kraliçe şehirde dolaşır ve



sonunda Netherbow Kapısı'ndan ipek bir kurdele üzerinde büyük bir zümrüt, pırlanta ve altından oluşan bir taç ona hediye edilir.

Bir diğer değerli hediye ise Kral James, eşine yılbaşında ünlü Edinburgh kuyumcusu Thomas Foulis tarafından tasarlanan değerli taşlar ve incilerden oluşan bir çift bileziktir. Bilezik elmas ve yakutla çevrelenmişti. Danimarkalı Anne, Aralık 1593'te hamile kaldığında, James'in Anne'ye "mücevherlerinin en büyük bölümünü" verdiği söylenir, Danimarkalı Anne'nin en bilinen ünlerinden birisi de, incilerle işlenmiş giysilere sahip olmasıydı.

Kral James, Danimarkalı Anne'ye 'Büyük Britanya'nın Aynası' olarak bilinen mücevherdeki yakutu Ocak 1608'de 28 küçük pırlantalı bir sorguç yerleştirilmiş bir yılbaşı hediyesi olarak verir.

Anne'nin mücevherlerinin envanteri İskoçya Ulusal Kütüphanesi tarafından tutulmaktadır ve Kraliçe Elizabeth'ten miras kalan parçalar ile Kral James ve IV. Christian'ın hediyeleri de dahil olmak üzere 400'den fazla parçayı içerir. Envanter, mücevherleri tutuldukları şekliyle numaralandırılmış sandıklarda ayrı dizin harfleriyle listelenmiştir.



Anne of Denmark's jewelry

Jewelry, which has been priceless throughout history, has been a status symbol as well as an important sign of affection. The jewel collection of Anne of Denmark, queen consort of King James VI of Scotland, consist of more than 400 pieces, including pieces inherited from Queen Elizabeth and gifts from Kings James and Christian IV.



The jewels of Anne of Denmark (1572-1619), queen consort of King James VI of Scotland, are known from inventories and from their depiction in portraits by numerous artists. Despite the alleged theft of some pieces from the Queen's collection of designer jewelry, unique pieces of special value have survived to the present day. The king and queen met and married in Oslo. Their wedding ceremony took place in Denmark and Scotland. In Denmark, he was presented with "a large gold enamel ring set with five diamonds meeting in the center, known as wedding ring of Denmark", specially designed with the request of his wife. This diamond ring was the valuable centerpiece of the gift.

When Anne of Denmark arrived in Scotland in May 1590, a Royal Entrance ceremony was held in Edinburgh. The Queen wandered through the city, and finally was presented with a crown of emeralds, diamonds and gold on a silk rib-

bon at the Netherbow Gate. Another precious gift was a pair of bracelets made of pearls and precious stones designed by the famous Edinburgh jeweler Thomas Foulis. This bracelet was covered with diamonds and rubies. When Anne of Denmark had fallen pregnant in December 1593, James is said to have given Anne "the largest portion of his jewels". One of her best-known claims to fame was that she wore clothes embroidered with pearls.

King James gave Anne of Denmark the ruby in the jewel called the 'Mirror of Great Britain' as a Christmas gift in January 1608, set with a pendant of 28 small diamonds.

The inventory of Anne's jewels is held by the National Library of Scotland and contains more than 400 pieces, including pieces inherited from Queen Elizabeth and gifts from King James and Christian IV. This inventory lists the jewels as they were stored, in numbered chests with separate index lettering.

albya+ırım

**4 Hızlı
Adımda
Hemen
Hesap Aç**

**Görüntülü
görüşme ile
Hesabını Aç!**

**Evrak
işlerinden
kurtul!**



The image shows the albya+ırım app interface on a smartphone. The screen displays a 'İzleme Listem' (Watch List) with columns for 'Sembol' (Symbol), 'Son' (Last), 'Alış' (Buy), 'Satış' (Sell), and '%G' (Change). The list includes various stock symbols and their corresponding prices and percentage changes. The app's navigation bar at the bottom shows icons for 'Ekranım', 'Piyasalar', 'Haberler', and 'Portföyüm'.

Sembol	Son	Alış	Satış	%G
XU100	5374.55			%3.07
VIP-X030-T	5836.00	5836.25	5837.25	%4.01
GARAN	31.62	31.62		%9.94
AKBNK	20.46	20.44	20.46	%9.71
HALKB	15.66	15.66		%9.97
ISCTR	13.54	13.54	13.55	%8.93
YKBNK	12.71	12.71	12.72	%8.17
THOL	41.40	41.38	41.40	%5.02
ELL	35.88	35.86	35.88	%2.34
HYAO	142.90	142.80	142.90	%2.58
VAKBN	13.77	13.77		%9.98
DOHOL	9.96	9.96	9.97	%9.33
ZOREN	7.15	7.15	7.16	%-0.89



Download on the
Google Play

Download on the
App Store

MODEL PORTFÖYÜ Denedin Mi?

Model Portföy ile Günlük,
Haftalık Hisse Analizlerini ve
Hisse Başarı Oranlarını
Takip Et, Daha İsbetli
Yatırım Yap!

albyatirim.com.tr



C E T A S

J E W E L R Y

