



## TASARIMCI VE OTOMOBİL MARKALARI ARASINDAKİ İŞ BİRLİKLERİNİN GUCCI ÖRNEĞİNDE İNCELENMESİ

### INVESTIGATION OF COLLABORATIONS BETWEEN DESIGNER AND AUTOMOBILE BRANDS IN THE CASE OF GUCCI

Neşe YAŞAR ÇEĞİNDİR<sup>1</sup>   
Seren ERDOĞAN<sup>2</sup> 



ORCID: N.Ş.C. 0000-0002-8538-9224  
S.E. 0000-0001-6190-2938

Corresponding author/Sorumlu yazar:

<sup>1</sup> Neşe Yaşar Çeğindir

Ankara Hacı Bayram Veli University, Türkiye  
E-mail/E-posta: nese.cegindir@hbv.edu.tr

<sup>2</sup> Seren Erdoğan

Ankara Hacı Bayram Veli University, Türkiye  
E-mail/E-posta: erdogan.seren@hbv.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 07.10.2024

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %10

Revision Requested/Revizyon talebi:

02.12.2024

Last revision received/Son revizyon teslimi:

12.12.2024

Accepted/Kabul tarihi: 14.12.2024

**Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:**

Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır. / There is no element in the study that requires ethics committee approval.

**Citation/Atf:** Yaşar Çeğindir N. & Erdoğan S.

(2025). Tasarımcı ve Otomobil Markaları Arasındaki İş Birliklerinin Gucci Örneğinde İncelenmesi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (1), 198-206.  
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1562963>

#### Öz

Otomobili de kapsayan moda endüstrisi, dünya pazarında hızla büyüyen ve gelişen sektörlerin başında gelmektedir. Gerek otomobil gerekse giyim ürünleri, kişisel zevk, bireysel imaj yaratma ve bu imajı ortaya koyma konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, moda tasarımcısı ile otomobil markalarının iş birliklerini Gucci örneğinde incelemektir. Betimsel vaka incelemesine dayalı olarak kurgulanan çalışmada veriler literatür taraması ile toplanmıştır. Çalışmanın örnekleme, Guccio Gucci'nin iş birliği yaptığı farklı markalara ait "Amerikan Hornet, Amerikan Cadillac-Sevile ve İtalyan Fiat 500 C olarak piyasaya sürülen" üç binek otomobile getirdiği tasarım değerleridir. İncelemelerden elde edilen sonuçlara göre; Gucci, iş birliği yaptığı otomobil markalarının imajını üst düzeye taşımış; kullanıcılara yönelik giyim ürünleri ve aksesuarlardan oluşan bir dizi ürünü otomobillere koleksiyon olarak eklemiştir. Gucci'nin otomobillere kattığı detaylar, kullanıcılar tarafından otomobilleri görmeden sipariş vermelerini sağlamış bu sayede markalara olan sadakati ve güveni güçlendirmiştir. İlerde yapılacak moda tasarımcısı ile otomotiv ya da farklı sektör markalarının iş birlikleri ile yenilikçi ve özgün ürünlerin ortaya çıkması sağlanabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Gucci, Otomobil, Moda ve Otomotiv Endüstrisi, Sektör İş birlikleri.

#### Abstract

The fashion industry, which includes automobiles, is one of the fastest growing sectors in the world market. Both automobile and clothing products play an important role in creating and displaying personal taste and individual image. The purpose of this study is to examine the collaborations between fashion programs and automobile brands in the case of Gucci. The research data, based on a descriptive case study, was collected through literature review. The variants of the work are the design values produced by three passenger cars "sold on the market as the American Hornet, the American Cadillac-Sevile and the Italian Fiat 500 C" belonging to different brands with which Guccio Gucci collaborates. According to what was obtained from the investigations; Gucci has elevated the image of the automobile brands it collaborates with; A series of products, including clothing items and accessories, have been added to the automobiles as a collection. The details Gucci added to the cars enabled users to order the cars without seeing them, thus strengthening loyalty and trust in the brands. Preventing traditional and original unbreakable emergence through future collaborations between fashion designers and automotive or different industry brands.

**Keywords:** Gucci, Automobile, Fashion and Automotive Industry, Sector Collaborations.



## GİRİŞ

Ticaretin var olduğu tüm süreçlerde daima geçerli olan markalar arası dikey iş birlikleri, küreselleşmenin etkisi ile artan rekabete paralel olarak her geçen gün stratejik bir önem kazanmıştır. “*Müşterisiz iş yoktur. Bir işletmenin temel amacı müşteri yaratmaktır*” sözüyle tanınan ünlü yönetim bilimci Drucker, büyük işletmelerin farklı pazarlara ulaşmasının en iyi yolunun, şirket satın almak veya kurmak değil “iş birliği yapmak” olduğunu belirtmektedir. O, iş birliklerinin amaç, strateji, politika ve ilişkiler gerektirdiğini savunmaktadır (Drucker, 1993, s. 21, 298). Uluslararası ölçekte rekabet eden markalar, yerel pazarlara girmek için yerel ortaklarla; yeteneklerini tamamlamak için ise küresel ortaklarla birleşmektedir (Yves, 1998, s. 45). İlişkiler geliştikçe ve sayıca çoğaldıkça stratejik iş birliği yapısal farklılıklar, hedefler ve amaçlar doğrultusunda aynı veya farklı sektörler arasında yapılabilmektedir. Aynı sektör içindeki iş birlikleri yatay, farklı sektörlerle yapılanlar dikey olarak nitelendirilmektedir (Sönmez, 2022, s. 9).

Dikey iş birlikleri ile taraflar, farklı sektörden yetenekler ile birleşerek müşterilere yeni ürünler ve çözümler sunmaktadır. İş birliği ile taraflar birbirlerinin imajından faydalanmakta ve bu sayede faaliyet gösterdikleri sektörlerde rekabetçi üstünlük sağlayabilmektedir (Dyer & Singh, 1998). Özellikle farklı sektörlerdeki markalarla yapılan iş birlikleri, rekabet avantajı sağlamanın yanı sıra tüketiciye ürün çeşidi sunma potansiyeline sahiptir. Ürün çeşitlendirmenin temel amacı, “markanın mevcut pazar konumunu korumak ve benzer ürünlerle rekabetle pazar payını artırmaktır. Bu süreçte, marka imajının güçlendirilmesiyle hem mevcut müşterilerin sadakati korunabilir hem de yeni müşteriler kazanılabilir” (Çeğindir ve Çakmak, 2018, s. 50). Bu yaklaşımdan hareketle, otomotiv dünyasıyla moda endüstrisinin kesiştiği noktada, özellikle lüks sınıf otomobiller için ünlü moda markalarıyla yapılan iş birlikleri dikkat çekmektedir. Moda tasarımcıları ve otomobil markalarının iş birlikleri, Drucker’ın “*İnsanlar duygularıyla satın alır*” olarak özetlediği hedonik tüketimi destekleyen, ürüne değer katan lüks ve inovatif ürünlerle işletmelerine daha geniş pazar oluşturmaktadır.

Moda ve otomotiv sektörlerinde yapılmış başarılı iş birliği örneklerinin ilk sıralarında Dünyaca ünlü moda marka tasarımcılarının Mercedes, Porsche, Bugatti, Ferrari, Lamborghini gibi lüks sınıf otomobillerine hazırladıkları lisanslı giysi ve aksesuar koleksiyonları yer almaktadır.

Project Mondo G adlı özel sanat projesi kapsamında, lüks kayak giysileriyle tanınan İtalyan Moncler ve Alman lüks otomobil üreticisi Mercedes-Benz markaları stratejik bir iş birliği yapmıştır. Mercedes-Benz’in G-Serisi için Moncler markasının karakteristik şişme montu yeniden tasarlanmış, bu ortaklık her iki markanın tasarım ve inovasyon tutkusunu başarıyla yansıtmıştır (Mercedes Benz, 2024).

Alman lüks hazır giyim markası Hugo Boss, Avusturya-Alman ortak ürünü lüks otomobil markası Porsche ile uzun vadeli bir iş birliği yaparak Porsche Motorsport ekibinin resmi giyim ortağı olmuş, dünya çapındaki yarış pistleri ve atölyelerde kullanılacak giysilerin tasarımını ve tedarikini üstlenmiştir. Anlaşma, gelecekte Porsche Formula E takımının giyim ihtiyaçlarını da kapsamaktadır. Porsche AG CEO’su Oliver Blume, Hugo Boss’un kendileri için mükemmel bir ortak olduğunu belirtmiştir (Hugo Boss, 2024).

Hermès ve Bugatti, Bugatti Chiron Hermès adını verdikleri özel otomobil için ortak bir iş birliği yapmışlardır. Bu proje, lüks moda ve yüksek performanslı otomotiv dünyalarını birleştirilmesine dikkat çekmektedir. Bugatti’nin geçmişteki modelleri ve 2008’de tanıtılan Veyron modeli, markanın teknolojik üstünlüğünü simgelemektedir. Otomobilin kokpitinde, Hermès markasının ünlü pamuk ve kaşmir kumaşları üzerine basılmış şahlanmış at detaylı kaplamalar bulunmaktadır. Bu detay, lüks spor otomobilde ilk kez uygulanmıştır (Bugatti, 2024).

İtalyan lüks otomobil markası Ferrari ile Giorgio Armani ve Dolce & Gabbana markalarının tasarımcılığını üstlenen Rocco Iannone arasındaki iş birliği ile tasarımcı, 52 parçadan oluşan bir koleksiyon tasarlamıştır. Iannone, bu koleksiyondaki kumaş seçimlerinde ve giysi silüetlerinde Ferrari’nin otomotiv kataloğunun anatomisinden ilham almıştır (Ferrari, 2024).

İtalya’nın önde gelen otomotiv şirketleri Pirelli ve Lamborghini uzun süredir devam eden işbirliklerini son dönemde moda dünyasına da taşımışlardır. Sürücünün ayak eklemlerine destek sağlamak üzere özel

olarak tasarlanan ergonomik sürüş ayakkabıları, Pirelli tasarım mühendisliğinin belirgin özelliğini yansıtmışlardır. Kauçuk ayakkabı tabanları, Pirelli'nin ünlü lastiklerinin radyal desenlerini anımsatmaktadır (Lamborghini, 2024).

Audi R8 süper spor otomobilinin piyasaya çıkışını kutlamak için ünlü moda tasarımcı ve aynı zamanda bir fotoğrafçı olarak tanınan Karl Lagerfeld ile iş birliği yapmıştır. Lagerfeld, kendi çektiği fotoğrafları kullanarak otomobile özel bir takvim oluşturmuştur (Köprülü, 2012).

Buraya kadar özetlenen moda tasarımcısı ile otomobil markaları arasındaki iş birlikleri, kullanıcılara hazza dayalı (hedonik) lüks ve inovatif ürünler sunarak tüketimi desteklemiştir.

## AMAÇ

Bu çalışmada, benzer ilham kaynaklarından beslenen ancak birbirinden farklı malzeme ve üretim teknikleri olan moda giyim ve otomobil sektörü iş birliği kapsamında; tasarımcı Guccio Gucci'nin (GG) çeşitli markaların binek otomobillerine getirdiği yenilikler incelenmiştir. Çeşitli kaynak taramaları sonucunda, moda tasarımcı ve otomobil markaları arasındaki iş birliklerini inceleyen ve sunan bir akademik araştırmaya rastlanmamıştır. Bu makale ile moda ve otomobil sektörlerinin dikey işbirlikleri konusunda alan yazına katkı sağlanması hedeflenmiştir. Araştırma kapsamına GG'nin alınma nedeni, moda tasarımcısının otomobil markalarıyla yaptığı işbirliklerinin başkalarına oranla daha fazla sayıda olmasıdır.

## YÖNTEM

Betimsel vaka inceleme yöntemi ile kurgulanmış çalışmanın örnekleme, İtalyan moda tasarımcısı Guccio Gucci'nin iş birliği yaptığı farklı markalara ait “Amerikan Hornet, Amerikan Cadillac-Sevile ve İtalyan Fiat 500 C olarak piyasaya sürülen” üç binek otomobil modeline getirdiği tasarım değerleridir. Araştırma verileri, otomobillere getirilen tasarım değerleridir. Verilerin analizi ve değerlendirilmesi aşaması, tasarım değerinin nasıl ne düzeyde olduğuna ilişkin oluşturulan kısa ifadelerin ortak bir tabloda toplanarak yorumlanmasına dayanmaktadır.

## GG İLE OTOMOBİL MARKALARININ DİKEY İŞ BİRLİKLERİ

### GG Markasına Genel Bakış

Guccio Gucci (1881-1953) tarafından 1921 yılında İtalya'nın Floransa şehrinde kurulan Gucci markası, deri eşya mağazası olarak başlamıştır (Gucci Markası Kurumsal İnternet Sitesi). Zamanla, özellikle ünlü üzenekli mokasen ayakkabısıyla birlikte, Gucci uluslararası bir tasarım ikonu haline gelmiştir. 1930'ların ortalarında, İtalya'ya uygulanan yaptırımlar nedeniyle deri bulmakta zorlanan Gucci, alternatif tekstil ürünlerine yönelmede bulunmuştur (Gale General Onelife, 2021). Markanın logosu "GG" harflerinden oluşmakta olup kahverengi zemin üzerine işlenmiştir (Businessyield, 2022). Kuruluşundan itibaren Marka, hedef kitesini iyi tanıyıp onların zevklerine ve ihtiyaçlarına yönelik ürünler geliştirmiştir.

Aşağıda Gucci markasının üç farklı otomobil modeline kazandırdığı tasarım değerleri betimlenmiştir.

### GG-AMC nin Hornet İş birliği

GG Markası, American Motors Corporation (AMC) ile gerçekleştirdiği iş birliği sonucunda ortaya çıkan Hornet modelinde; bej renkli koltuklar, kırmızı ve yeşil şeritli iç kapı panelleri ve ön çamurluklar, "GG" baş harflerinin yer aldığı tavan kaplama döşemeleri görülmektedir. Aracın dışı; pamuk beyazı, zeytin yeşili ve açık yeşil tonlarıyla sınırlıdır (Kaster, 2011; Iannucci, 2013, s. 73).

Bazı kaynaklar, GG'nin işbirliklerine 1970 yılında AMC Hornet ile başladığını, daha sonra Cadillac ve Fiat otomobil modellerinde benzer sürümler ürettiğini belirtmektedir (Merlis, 2016). General Motors pazarlama yöneticisi Jeff Stork, 1970'lerin tasarım arabaları ve moda işbirlikleri konusunda şöyle bir ifade kullanmaktadır: “*Bu, herhangi bir metal levhayı bükmeden, cazibe ve çekicilik eklemenin bir yoluydu*”. AMC otomobili, GG moda markasıyla 1972 ve 1973 yıllarında iki yıl boyunca Gucci Sportabout modelini üretmiştir. Bu iş birliği çerçevesinde, Gucci'nin bir moda tasarımcısı olarak dış tasarım yerine iç teknik detaylara katkı sağladığı belirtilmektedir.



Hemmings Motor dergisinin 2018 tarihli haberinde: Hornet otomobili için "*Bu türde eşi benzeri olmayan bir model. Çeşitli motorlar, şanzımanlar ve diğer ekipmanlarla Sportabout, pek çok kullanıcı için çok çeşitli seçenekler sunmaktadır*" ifadelerine yer verilmiştir. Yazıda, Sportabout'un hedef kitlesinin kadınlar olduğu belirtilmiş ve AMC'nin, şık yeni vagonunun Amerikalı ev hanımları için "dudak parlaticısı, saç boyama ve takma kirpiklerin bir araya getirilmesinden daha fazlasını yapabileceği" ifadeleriyle aracın konforundan bahsedildiği aktarılmıştır. Buradan hareketle, Görsel 1'de, araç paspasının üzerinde bir Gucci kadın çantası görülmektedir.

AMC Şirketi, "Amerikalı kadının kendisini bir kadın gibi hissetmesini sağlamak için ülkede birinin böyle bir araba geliştirmesinin zamanı geldi" açıklamasında bulunmuştur. AMC, kompakt araçlarda alışılmadık bir durumla alıcılara bu araçla tatmin olabileceklerini sunmuştur (Hemmings, 2018).



Şekil 1. AMC-Hornet Otomobil İç Tasarımı (Hemmings, 2018)

### GG-Cadillac Seville İş birliği

Cadillac Seville, Henry Martyn Leland tarafından 1902 yılında Cadillac Automobile Company adı altında kurulmuştur. *Cadillac* ismi, Amerikan Otomobil Endüstrisi için önemli bir rol oynayacak olan Detroit şehrinin kurucusu Antoine Laumet de La Mothe, sieur de Cadillac'ın adından esinlenilmiştir. Cadillac, 17. yüzyılda yaşamış bir Fransız kâşif ve koloni yöneticisidir (Oto Magazin Dergisi, 1967, s. 25).

Cadillac, otomotiv endüstrisinde önemli bir konuma sahip olmuştur. İlk V8 motorunu üretmesi ve elektrikle çalışan marşını standart ekipman olarak sunan ilk üretici marka olmasıyla dikkat çekmiştir. General Motors tarafından 1909'da satın alınan Cadillac, şirketin lüks segmentinde büyük araçlar üreten bölümü haline gelmiştir (Klasik Otomobil Dergisi, 2007). II. Dünya Savaşı öncesinde güçlü, donanımlı ve konforlu olarak bilinen Cadillac modellerinin satışları 1932 yılından itibaren düşmeye başlamış, bu durum üretim hattının kapatılmasına yol açmıştır. Tüm Amerikan otomobil markalarında olduğu gibi 1973-1979 petrol krizi döneminde Cadillac da araç modellerini ve motor hacimlerini küçültmek zorunda kalmıştır (Georgana, 2006, s. 9).

General Motor 1979 ve 1980 yıllarında GG ile bir iş birliği gerçekleştirmiş ve orta boy lüks bir sedan olan Cadillac Seville otomobilini üretmiştir (Görsel 2). Araç, Guccio Gucci'nin oğlu Dr. Aldo Gucci tarafından tasarlanmıştır. Siyah, beyaz ve kahverengi olmak üzere üç farklı renk seçeneği sunan aracın detayları, İtalya bayrağı renkleri olan kırmızı ve yeşille süslenmiştir. *Gucci Seville modeli*, diğer standart modellere göre 7.000 dolar daha yüksek bir fiyatla pazara sunulmuştur (Classic Driver, 2012). Otomobilin bagaj bölümünde, geleneksel modellerin aksine, Gucci tarafından özel olarak tasarlanmış bir valiz seti ve seyahat çantaları bulunmaktadır (Hyde, 2015, s. 56).



**Şekil 2.** Aldo Gucci tarafından tasarlanan Cadillac Seville (Classic Cars Today Online, 2023).

Aracın kaputunda ve tavanında markanın baş harfleri ve GG desenine sahip vinil kaplama kullanılmış, koltuk başlıkları ile kolçaklarda, kırmızı ve yeşil çizgili bir desenin tasarlandığı gözlemlenmiştir. İç mekânı tamamen deri olan aracın tavan detayında GG imzasını taşıyan baskılı kumaşlar kullanılmıştır. Aracın iç mekânında GG detaylarının; koltuk başlıkları, kol dayama yerleri, tavan kaplaması ve paspasların yanı sıra direksiyon simidinin ortasında, gösterge panelinin yolcu tarafında ve sütunlarda GG markasına ait bir isim levhasının kullanıldığı gözlemlenmektedir. Görsel 3'te yer alan pencere yanlarında bulunan GG amblemleri ise 24 ayar altından üretilmiştir.



**Şekil 3.** Cadillac Seville Otomobil İç Detay Tasarım (Carakoom, 2013).

Aldo Gucci, o dönemdeki çalışması hakkında: “Bu araç için oluşturduğumuz Gucci tarzı, birkaç ayrıcalıklı araç sahibine nadir bulunan bir lüks ve güzellik deneyimi sunmak amacıyla tasarlandı” ifadesini sarf etmiştir (The Market Herald, 2023).

### **GG-Fiat 500 Cabrio İşbirliği**

Fabbrica Italiana Automobili Torino kelimelerinin baş harflerinden oluşan FIAT, İtalyanca “*Torino İtalyan Otomobil Fabrikası*” anlama gelmektedir. Kuruluşundan itibaren (1900) kamyonet, traktör, tren, gemi ve uçak motorları üretimiyle faaliyet gösteren marka, daha sonra daha düşük maliyetli araçların üretimi ile ürün yelpazesini genişleterek daha geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemiştir. Çoğunlukla binek otomobil ve kamyonet üretimine odaklanan Fiat, bünyesinde Lancia, Alfa Romeo, Maserati, Ferrari, Chrysler, Dodge, Jeep, Yamaha, Iveco gibi alt markaları barındırmaktadır (Otorapor, t.y.). Fiat ve Amerikan Chrysler şirketleri, 2014 yılında birleşerek dünyanın en büyük yedinci otomobil üreticisi konumuna yükselmiştir (Podbielski, 1986).

İtalya'nın birleşmesinin 150'inci ve Gucci'nin 90'ıncı yıl dönümünün kesiştiği 2011 yılında Fiat, GG ile iş birliği imzalamıştır. Bu kapsamda üretilen sürücü tulumları, montlar, deri çantalar, eldivenler, güneş gözlükleri ve kol saati gibi çeşitli aksesuarlar *Fiat 500 by Gucci koleksiyonu* için özel olarak hazırlanmıştır (Media Cat, 2011). Bu ürünler, sadece siyah ya da beyaz renk seçeneklerinde

sunulmaktadır. Otomobil jant kapaklarında "GG" logoları bulunmaktadır. Her otomobilde ve moda ürünlerinde "Gucci" markası el yazısıyla yazılmış, İtalyan bayrağının renkleri olan kırmızı ve yeşil şeritlerle süslenmiştir (Görsel 4).



Şekil 4. Fiat 500 by Gucci Koleksiyonu (Curbside Classic, 2020).

## SONUÇ

GG Marka CEO'su Marco Bazzari, Business of Fashion platformuna verdiği demeçte (wwd, 2023); *"Başında beri düşüncelerinin, müşterilerinin sadece özel bir ürüne sahip olması değil bir kapsayıcılık kültürü yaratmak"* olduğunu belirterek markanın geniş kitleyi hedefleyen stratejisine işaret etmiştir. Bu strateji markanın, klasik imajına uygun ürünleri ile sadece elit müşterilere değil, yaptığı işbirlikleriyle orta üstü farklı sosyoekonomik gruplara yönelik de özel ürünler geliştirmesinin yolunu açmıştır.

Literatürdeki araştırmalar, Gucci markasının ilk otomobil iş birliğinin AMC Hornet ile gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu iş birliği ile Amerika kadın tüketicileri hedef alınarak pazar büyütülmüştür. Gucci şirketi tarafından 1972'de iç detayları değiştirilen AMC Hornet modelinden toplamda 4.835 adet üretilmiştir (Anderson, 2024). General Motors pazarlama yöneticisi Jeff Stork, *"Otomobiller tekerlekli modadır"* anlayışını vurgulayarak, otomotiv dünyasını moda dünyasıyla bütünleştirmeyi amaçlamış ve bu perspektif, endüstrinin ileriye taşınmasına katkı sağlamıştır (Zenlea, 2011).

Gucci, Cadillac ile gerçekleştirdiği iş birliğinde, AMC Hornet'te olduğu gibi koltuk başlıkları ve kolçaklarda kırmızı, yeşil ve beyaz İtalyan bayrağı renkleri kullanılmıştır. Otomobilin iç tasarımları lüks kumaşlarla, derilerle detaylandırılmıştır. Cadillac satın alanlara verilmek üzere, bagaj içinde Aldo Gucci tarafından tasarlanan valiz seti ve seyahat çantası da bu koleksiyona dâhildir. Böylece araçla beraber moda aksesuarları da satışa sunulurken ürün yelpazesi genişletilmiştir.

Yapılan iş birliklerinin üçüncüsü ve hala piyasada olan Fiat 500C modelinde de, önceki işbirliklerinde olduğu gibi İtalya bayrağında bulunan yeşil-kırmızı-beyaz şeritler kullanılmıştır. Gucci, bu otomobil tasarımıyla birlikte seyahat ürünleri, eldivenler, güneş gözlükleri, kol saati gibi aksesuarların tasarımını da yapmıştır. Bir önceki iş birliğine göre moda aksesuarlarının sayısı ve çeşitliliği artmıştır.

Fiat of Austin'in Teksas Genel Müdürü Lisa Copeland, Gucci markalı otomobillere olan talebin ön sipariş aşamasındaki yoğunluğu: GG süslemeli emniyet kemeri tokaları olan iki modelin her birisi için aracı henüz görmeden müşterilerin, 5.000 \$'lık depozitoyu yatırmak için Teksas'tan Austin'e seyahat ettiğini belirtmiştir (Wernle, 2011).

2010 yılındaki Fiat Kuzey Amerika Marka Başkanı Laura Soave *"Gucci ile yenilenen Fiat 500'ün İtalyan stiline, modern teknolojiye, değere ve yakıt verimliliğine ek olarak, iç ve dış bileşenlerle donatılmış olmasının Kuzey Amerikalı müşterilere hitap edeceğini"* ifade etmiştir (Puppa, 2010, s. 93-109).

2012 yılındaki Fiat Kuzey Amerika Marka Başkanı Tim Kuniskis ise: “Gucci ortaklığı ile İtalyan stili özelliklerinin ve teknolojisinin küçük bir araba formülünde birleştirilebileceğinin gösterildiği pazara yenilik getirildiği; her bir modelimizin neredeyse anında satılmasının ise başarının kanıtı olduğunu vurgulamıştır (Autobytel, 2023).

Fiat Güney Otomotiv Medya Derneği (SAMA) tarafından 14 Haziran 2011 tarihinde Miami'de düzenlenen South Beach etkinliğinde; Fiat 500C modelinin "Yılın En İyi Küçük Kabrio Aracı" ödülüyle taçlandırılması da bu iş birliğinin getirdiği başarıyı göstermektedir (Gale General Onelife, 2012). Gelenen noktada Fiat 500C, moda ve otomotiv dünyalarının bütünleşmesine önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Fiat 500 C için Türkiye pazarında farklı bir pazarlama ve satış stratejisi izlendiği, odak noktasının ürünün marka imajına yapacağı katkı olduğu ifade edilmektedir (Vogue, 2023).

Tablo 1’de özetlendiği üzere, Gucci'nin otomobil markası iş birlikleri, AMC Hornet modeliyle 1972'de başlamış, ardından 1979'da Cadillac ve 2011'de Fiat 500 C ile devam etmiştir.

**Tablo 1.** Gucci'nin Otomobil Markası İş birlikleri ve Getirdiği Yenilikleri

Otomobil Markası/ Modeli/Üretim Yılı	Otomobile Yapılan Yenilikler	Moda Aksesuarlar
<b>AMC HORNET 1972</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bej rengi delikli vinil koltuklar</li> <li>• İç kapı panellerinde ve ön çamurluklarda şerit</li> <li>• Tavan kaplamasında GG amblemlerli döşeme,</li> <li>• Emniyet kemeri</li> <li>• Dış renk seçenekleri (pamuk beyazı, zeytin yeşili ve açık yeşil ton)</li> </ul>	
<b>CADİLLAC SEVİLE 1979-80</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gucci kumaşla döşeli koltuklar</li> <li>• Koltuk Başlıkları, Kolçaklar üzerinde yer alan yeşil-kırmızı şeritler,</li> <li>• Tavan döşemesi, paspaslar, direksiyon simidi orta göbeğinde, gösterge panelinin yolcu tarafında sütunlarda Gucci isim levhası</li> <li>• Kaput üzerinde GG amblemi</li> <li>• Sağ ön cam perdesinde 24 ayar altından yapılan GG amblemi</li> </ul>	Valiz Seti ve Seyahat Çantaları
<b>FİAT 500 CABRİO 2011</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jant kapaklarında GG amblemi</li> <li>• El yazısı şeklinde Gucci Logosu</li> <li>• İtalya bayrağı renklerinde şeritler</li> <li>• Emniyet kemeri üzerinde yeşil-kırmızı şeritler</li> <li>• Açılır tavan için Gucci kumaşı</li> </ul>	Seyahat Aksesuarları, Küçük Deri Eşyalar, Sürücü Tulumları ve Montları, Sürücü Eldivenleri, Güneş Gözlükleri ve Kol Saati

Tablo 1 değerlendirildiğinde çalışmalardan elde edilen sonuçlar şu şekilde ifade edilebilir:

1. Gucci, otomobil modellerinde sıkça tekrarladığı lüks malzeme, altın yaldızlı GG amblemlerli detaylarla hem kendi hem de ortaklık yaptığı markanın imajını üst düzeye taşımıştır.
2. Gucci, ikinci ve üçüncü otomobillere kullanıcılara yönelik giyim ürünleri ve aksesuarların yanı sıra seyahat setlerinden oluşan bir dizi ürünü de koleksiyon olarak eklemiştir.
3. Gucci'nin otomobillere kattığı detaylar, kullanıcılar tarafından otomobilleri görmeden sipariş vermelerini sağlamış bu sayede markalara olan sadakati ve güveni güçlendirmiştir. Otomobillerin daha piyasaya çıkmadan satışları yapılmış, bu sayede markaların kâr payları yükselmiştir.
4. Gucci, çalıştığı tüm otomobillerin detaylarında İtalyan bayrağı renklerini kullanmıştır. Bu detaylar, Gucci'nin sahip olduğu İtalyan tasarım anlayışını kültürel sürdürülebilirlik üzerinden nasıl uluslararası düzeye taşıdığının somut örneğidir.

Literatürden elde edilen yönetici beyanları, pazarlama ve satış rakamları gibi bulgulara göre; Gucci moda markasının otomobillere değer kattığını açıkça göstermektedir. Moda ve otomotiv endüstrileri arasında bir sinerji yaratmış ve tüketicilerin dikkatini çekmiştir. Moda tasarımının otomobil endüstrisine entegrasyonu, otomobil markalarının pazar payını genişletme potansiyeline sahiptir. Bu çalışma, farklı moda markalarının ve tasarımcılarının otomobil endüstrisiyle iş birliği yapabileceğini ve benzer sinerjilerin başka markalar arasında da elde edilebileceğini göstermektedir.

Moda tasarımcılarıyla yapılan iş birliklerinin, otomobil tasarımlarının geliştirilmesine katkı sağlayabileceği; iş birliklerinin genişletilerek farklı sektörlere de yayılabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada, Gucci özelinde moda ve otomobil iş birlikleri incelenmiştir. Benzer çalışmalar diğer tasarımcı ve otomobil markaları özelinde de gerçekleştirilerek gelecek iş birliklerine kaynak bir zemin oluşturulabilir.

## KAYNAKÇA

- Çeğindir, N. Y. & Çakmak, Ş. (2018). *Giysi Örneğinde Moda Ürün Geliştirme*. Gece Akademi.
- Autobyte (2023). Topless in Miami: Fiat 500c by Gucci Named Best Small Convertible by SAMA. <https://www.autobyte.com/topless-in-miami-fiat-500c-by-gucci-named-best-small-convertible-by-sama>). adresinden alındı.
- Anderson, B. (2024). AMC Hornet Sportabout Has A 5.9L V8 And A Wild Gucci Interior. <https://www.carscoops.com/2024/01/amc-hornet-sportabout-has-a-5-9l-v8-and-a-wild-gucci-interior/> adresinden alındı.
- Bugatti (2024). Resmi Web Sitesi. <https://www.bugatti.com/> adresinden alındı.
- Businessyield (2022). Gucci Logosu: Neyi Simgeliyor, Evrim ve Tarihi. <https://businessyield.com/tr/brand-stories/gucci-logo/>). adresinden alındı.
- Carakoom (2013). *Gucci AMC Hornet*. <https://carakoom.com/blog/10481> Erişim tarihi:16.04.2023.
- Classic Cars Today Online (2023). *Classic cars today online*. <https://www.classiccarstodayonline.com/> adresinden alındı.
- Classic Driver (2012). Gucci tarafından tasarlanan Cadillac Seville: Molto Americano! <https://www.classicdriver.com/en/article/cars/cadillac-seville-designed-gucci-molto-americano>). adresinden alındı.
- Curbside Classic (2023). *Vintage Review: 1972 AMC Hornet Gucci Sportabout – Road Test Drives A Designer Edition*. <https://www.curbsideclassic.com/vintage-reviews/vintage-review-1972-amc-hornet-gucci-sportabout-road-test-drives-a-designer-edition/> adresinden alındı.
- Curbside Classic, (2020). *Curbside Classic: 1972 AMC Hornet Gucci Sportabout – The First Fashion Designer-Mobile*. <https://www.curbsideclassic.com/curbside-classics-american/curbside-classic-1972-amc-hornet-gucci-sportabout-the-first-fashion-designer-mobile> adresinden alındı.
- Curbside Classic, (2023). *Vintage Review: 1972 AMC Hornet Gucci Sportabout – Road Test Drives A Designer Edition*. <https://www.curbsideclassic.com/vintage-reviews/vintage-review-1972-amc-hornet-gucci-sportabout-road-test-drives-a-designer-edition> adresinden alındı.
- Drucker, P. (1993). *Gelecek için Yönetim*, Çev: F. Üçcan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Dubois, B. & Duquesne P. (1993). *The Market for Luxury Goods: Income versus Culture*. European
- Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*, 23(4), 660-679.
- Ferrari (2024). Resmi Web Sitesi. <https://www.ferrari.com/en-TR> adresinden alındı.
- Friedman, V. (2022, 6 Ocak). Oyuncaklara Bir Sonraki Büyük Moda Sınırı Olarak Bakmak. New York Times, D3(L). <https://link.gale.com/apps/doc/A688758128/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=7f50f35b> adresinden alındı.
- Gale General Onelife (2011, 16 Ağustos). Gucci ve FIAT, New York Moda Haftası'nda Fiat '500 by Gucci'yi Tanıtacak. Hindistan Otomobil Haberleri. <https://link.gale.com/apps/doc/A265994369/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=10188d63> adresinden alındı.
- Gale General Onelife (2012, 24 Haziran). Gucci imzalı Fiat 500 Cabrio, SAMA Convertible Drive'da 'Yılın En İyi Küçük Cabrio'su' seçildi. Eğlence Yakın Çekim. <https://link.gale.com/apps/doc/A294202610/ITOF?u=cumhurb&sid=ebsco&xid=06321c89> adresinden alındı.
- Gale General Onelife (2022, Mayıs). Gucci'nin kendi Sportabout'u. Hemmings Klasik Araba, 39. <https://link.gale.com/apps/doc/A736855112/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=3bdb651b> adresinden alındı.
- Gale General Onelife Gucci (2021, 14 Ekim). 100. yılını sınırlı sayıda üretilen Hot Wheels ile kutluyor. Meksika Evrensel, NA. <https://link.gale.com/apps/doc/A678957434/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=b63a4e1a> adresinden alındı.





- Gale General Onelife, (2021). Cien anos de Gucci. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=ITOF&u=cumhurb&id=GALE|A648095542&v=2.1&it=r&sid=bookmark-ITOF&asid=c6088e9f>. adresinden alındı.
- Gale General Onelife (2011). *J. Lo, Fiat reklamında Gucci'ye gidiyor. Otomotiv Haberleri*. Crain Communications, Inc.[link.gale.com/apps/doc/A266484675/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=58697acd](https://link.gale.com/apps/doc/A266484675/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=58697acd), Erişim tarihi: 23 Mayıs 2023.
- Georgano, N. (2006). *The Beaulieu Encyclopedia Of The Automobile Volume 2 G-O*, Foreword by Lord Montagu Of Beaulieu, The Stationery Office, USA.
- Hemmings, (2018). *AMC Innovation*. <https://www.hemmings.com/stories/article/amc-innovation> adresinden alındı Hugoboss (2024). Resmi Web Sitesi. <https://www.hugoboss.com/tr/en/men/> adresinden alındı.
- Hyde, J. (2015, 28 Eylül). *NYC'de Cadillac: Saf. Katkısız*. Autoweek, № 65, s. 56.
- Iannacci, E. (2013, 27 Mart). Pist dışında ve yolda. *Maclean's*, № 126, s. 73.
- Kaster, J. (2011). *American Automotive Design Trends/the Couture Car: High Style for High Society*. Lulu. com.
- Klasik Otomobil Dergisi (2007), *Classic Car*, Aralık-Ocak, İstanbul: 5. Say -Güney Otomotiv Medya Derneği, Gucci imzalı Fiat 500 Cabrio'yu onurlandırdı. (2012, 18 Haziran). *Otomatik İş Haberleri*. <https://link.gale.com/apps/doc/A293474611/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=e71fa012> adresinden alındı.
- Köprülü, L. (2012). <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/levent-koprulu/sizin-otomobilinizin-modacisi-kim-1632396>. adresinden alındı.
- Kotler, P. (1994). Pazarlamayı yeniden kavramsallaştırmak: Philip Kotler ile bir röportaj. *Avrupa Yönetim Dergisi*, 12(4), 353-361.
- Lamborghini (2024). Resmi Web Sitesi. (<https://www.lamborghini.com/en-en> adresinden alındı
- Media Cat (2011). *Fiat ve Gucci işbirliği*. <https://mediacat.com/fiat-ve-gucci-isbirligi/> adresinden alındı
- Mercedes Benz (2024). Mercedes-Benz & Moncler: Project Mondo G. <https://www.mercedes-benz.com.tr/passengercars/brand/moncler-isbirligi.html>. adresinden alındı.
- Merlis, B. (2016, Temmuz). 1971-74: AMC Javelin: Pierre Cardin baskısı, at arabaları hakkında farklı bir düşünce tarzıydı. *Otomobil Dergisi*, 31 (4), 92+. <https://link.gale.com/apps/doc/A454620939/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=80e62e33>
- Oto Magazin Dergisi (1967). Anka Kitabevi.
- Otorapor (t.y.). *Fiat Markası Tarihi ve Tarihsel Gelişimi*. <https://otorapor.com/fiat-markasi-tarihi-ve-tarihsel-gelisimi>. adresinden alındı.
- Podbielski, Z. (1986), İtalyan araçları. İçinde: Z. Podbielski, *Tüm dünyada arabaları keşfetmek*, Varşova: WKiŁ.
- Puppa, P. (2010). La caratterista. *La caratterista*, 93-109.
- Sönmez, R., Özer Topaloğlu, E. (Ed.). (2022). *Stratejik işbirlikleri: Kavram, teori ve uygulamalar*. NEÜ Yayınları.
- The Market Herald, (2023). The 1979 gucci cadillac seville is the ultimate retro collaboration/ <https://themarketherald.com.au/fancy/the-1979-gucci-cadillac-seville-is-the-ultimate-retro-collaboration/>. adresinden alındı.
- Vogue (2023). Gucci'nin Yeni Kreatif Direktörü: Alessandro Michele. <https://vogue.com.tr/haber-moda/guccinin-yeni-kreatif-direktoru-alessandro-michele>. adresinden alındı
- Wernle, B. (2011, 11 Temmuz). Fiat, 500 için reklamları hızlandırıyor. *Automotive News*, 85 (6472), 0008. <https://link.gale.com/apps/doc/A261344975/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=6625d6ec> adresinden alındı.
- WWD (2023). EXCLUSIVE: Marco Bizzarri Is Staying Put at Gucci. <https://wwd.com/fashion-news/designer-luxury/gucci-no-management-change-marco-bizzarri-staying-pinault-1235469545> adresinden alındı.
- Yüz Yıllık Gucci. (2021, 12 Ocak). *El Mercurio de Chile*, NA. <https://link.gale.com/apps/doc/A648095542/ITOF?u=cumhurb&sid=bookmark-ITOF&xid=c6088e9f>
- Zenlea, D. (2011, Aralık). Proje yolu. *Otomobil Dergisi*, 26(9), 14.

