

TMD, İTHAL EDİLEN TAKLİT ÜRÜNLE MÜCADELE İÇİN BAKANLIKLA GÖRÜŞTÜ

Faturaya marka ekletip gümrükte yakalatacak

Taklit ürüne savaş açan TMD, ithal ürünlerin faturasında marka ismi yazmasını talep etti. Gümrük Bakanlığı yetkilileriyle görüştiklerini söyleyen TMD Başkanı Özlenir, uygulamanın denetimi kolaylaştırmasını bekliyor

Türkiye'de büyüklüğü 1 milyar dolara ulaşan taklit ürün pazarı, uluslararası markaları temsil eden Tescilli Markalar Derneği'ni (TMD) yeni önlemler almaya yönlendirdi. İtalyan marka Diesel'in Türkiye distribütörü Özlenir Giyim'in sahibi ve TMD Başkanı Tahsin Özlenir, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ziya Altunyalız ile ithal taklit piyasasıyla ilgili görüştiklerini bildirdi. "Mevcut durumda gümrüğe gelen ürünün faturasında sadece ne olduğu yazıyor. Tişört, pantolon gibi..." diyen Özlenir, taleplerinin faturada marka isminin de yer alması olduğunu söyledi. Özlenir, "Faturada marka yer almadığından, ürünün fiyatı dikkat çekici bir unsur olmuyor. Markasız bir tişörtün 3 Euro olması

kontrolöre garip gelmiyor. Mesela, Burberry tişört olsa ve fiyatı 3 Euro olsa şüphe uyandırır" dedi.

'OLUMLU YAKLAŞTILAR'

Bakanlık ile dirsek temasında olduklarını, destek gördüklerini kaydeden Özlenir, "Bu

talebimize de olumlu yaklaştılar. Bu konuda çalışacakları yönünde sinyal verdiler.

Gümrüklerde de iyi niyetli yaklaşım var. Normalde sorumluluk alanlarında olmayan konularda bile hassasiyet gösterip bize haber verebiliyorlar. Fakat bu uygulamaya geçilirse, onların da işi kolaylaşacak" diye konuştu.

'KUR GERİ GELMEZSE YAZ ZAMLI OLUR'

Dolar ve Euro'daki artışla ilgili görüşlerini de aktaran Tahsin Özlenir, çoğu yerli marka da ithalat yaptığı için kurun tüm sektörü ilgilendirdiğine dikkat çekti. Özlenir, "Kış siparişleri verildiği için artış yeni sezonda rafa yansımaz. Kasım-ocak dönemi önemli. Yaz siparişleri verilecek. Dolar gerilememiş olursa 2014 yaz sezonu yüzde 10 pahalı olur" dedi.



Moda dayatmasına karşı 'Özgür ol' dedi

Diesel, birkaç gün önce, ses getiren bir kampanya başlattı. Marka, Lady Gaga'nın stil direktörü Nicola Formichetti'yi transfer ettikten sonra ilk projesi Diesel Reboot'ta dini ikonlar ve sosyolojik semboller ele



Formichetti ve Lady Gaga

ve insanların bir şeyi dayatıldığı için değil, istediği için giymesi gerektiğini belirten Özlenir, "Hem görsel hem de metin olarak Türkiye'nin gündemine de uygun düştü.

Cihangir, Taksim ve İstiklal Caddesi çevresinde "Yaratıcılık benim silahımdır", "Kendi hikâyemi yazırım" diyen ve jean'in maske gibi kullanıldığı afişleri asmaya başladık. 'Göründüğüm gibi değilim' yazan burkallı kadını ise sadece sosyal medyada kullanacağız. Din ile ilgili bu kadar hassasiyet olan bir dönemde bizde poster biraz aşırı kaçabilir. Fakat İtalya'da 'Kadın Papa' temalı afişler kullanılıyor" diye konuştu.

de "Yaratıcılık benim silahımdır", "Kendi hikâyemi yazırım" diyen ve jean'in maske gibi kullanıldığı afişleri asmaya başladık. 'Göründüğüm gibi değilim' yazan burkallı kadını ise sadece sosyal medyada kullanacağız. Din ile ilgili bu kadar hassasiyet olan bir dönemde bizde poster biraz aşırı kaçabilir. Fakat İtalya'da 'Kadın Papa' temalı afişler kullanılıyor" diye konuştu.



Tahsin Özlenir

'Model çalındığı için Türkiye'de üretmiyor'

80 ülkede faaliyet gösteren Diesel'in Türkiye'de 16 monobrand mağazası olduğunu, pek çok markanın aynı çatı altında satıldığı Jeans Lab'lerin de 23 mağazaya çıktığını belirten Tahsin Özlenir, "Toplam 45 mağazayız. Diesel ve Jeans Lab dışında kendi markamız Glocal ve outlet'ler de var" dedi. Diesel'in Türkiye'de jean modellerini üretmediğini, üst giyim ve trikoda zaman zaman sipariş verdiğini anlatan Özlenir, "Denim pantolonların büyük kısmı

İtalya'da üretiliyor. Bir kısmı da Fas, Tunus, Romanya'dan geliyor. Bu segmentte Uzakdoğu üretimi yok" diye konuştu. Özlenir şöyle devam etti: "Türkiye'de üretimi tercih etmemenin nedenleri modellerin çalınması. Ülkemizde çok büyük bir tekstil pazarı var. Yeni sezona ait bir model henüz üretim aşamasındayken çalınıp sezondan önce rafa koyulabiliyor. Bunu üst giyim grubunda yaşadıkları için pantolonda o riski almıyorlar."

GLOCAL'E RUSYA YOLU GÖRÜNDÜ

Özlenir'in 3 yıl önce yarattığı ve üretimini yüzde 100 İtalya'da yaptırdığı markası Glocal, 4 mağazaya ulaştı. Glocal'i daha feminen ve daha uygun fiyatlı marka ihtiyacından ürettiklerini kaydeden Özlenir, "Rusya ve eski Sovyet ülkelerinde açmak için bayilik istiyorlar. Görüşmeler sürüyor" dedi.