

Diesel verkoopt eigen namaakcollectie

09-02-2018 11:54



Diesel brengt een capsulecollectie onder de naam Deisel op de markt. De lancering van het zogenaamde 'knock-off'-merk wordt voorafgegaan door een tijdelijke 'imitatiewinkel' in New York.

De winkel ging afgelopen weken in het geheim open, als onderdeel van de marketingcampagne voor de namaakcollectie. Het is een speels en ironisch antwoord op de logotrend en namaakcultuur, laat oprichter Renzo Rosso weten tegenover modeplatform [The Cut](#). Hij zegt regelmatig winkelstraten te bezoeken om op zoek te gaan naar nepartikelen. "Als iemand je kopieert, betekent dit dat je merk waardig en *top of mind* is voor de consument. Het is een soort van *real-life* marktonderzoek."

De winkel in Canal Street is nog tot en met maandag geopend. Vanaf de volgende dag is de Deisel-collectie wereldwijd te koop op de website van het Italiaanse label.

Het is niet voor het eerst dat een merk eigen 'namaak' op de markt brengt. Zo maakte Gucci al eens bewust producten met het label Gucchy.

Bekijk een video over Deisel op [RetailTrends](#).