

“Lale Devri İstanbul markamızı, Londra, Paris, New York, Milano ve Dubai gibi moda başkentlerinde görmek bizi mutlu eder.”

RÖPORTAJ

BANU NALÇACI

“BU MARKA, BİR HAYAL İLE BAŞLADI”

Lale Devri İstanbul, unutulmaya yüz tutmuş geleneksel değerlerimizi modern dokunuşlu tasarımlarla evlere taşıyor. Ana hedef sonsuz müşteri memnuniyeti. Markanın yaratıcısı Banu Nalçacı ile Lale Devri’ni konuştuk.

RÖPORTAJ: FİGEN NALAN ÖZKAN

Henüz dört yaşında bir marka Lale Devri İstanbul... İstinyePark'ta 'hayal' ile başlayan yolculuk, bugün döneme adını veren 'Lale Devri' gibi parlak yıllarını yaşıyor. İlk beş yılın hedefini 4'üncü yılında tutturana marka, anneannelerimizin, babaannelerimizin evinde gördüğümüz geleneksel ev dekorasyon eşyalarını modern tasarımlarla bugüne taşıyor. Üstelik bundan sonraki hedefi de belli... Yurtdışında markayı devleştirmek.

HELLO!: Lale Devri İstanbul'un hikâyesini anlatır mısınız?

Banu Nalçacı: Her şey hayal kumakla başlamış ya, bizim de Lale Devri İstanbul hikâyemiz öyle başladı. Önce isimimiz ve logomuz, sonrasında ise teker teker ürünlerimiz ortaya çıktı. Her bir ürünümüzü tasarlarken ana hedefimiz sonsuz müşteri memnuniyeti yaratmaktı. Kaliteden asla taviz vermemeyi ilke edinmekle, ürün gamımız da şekil almaya başladı. İstinyePark'ta bulunan mağazamızın kiralanması ile hızlı bir ürün konsepti oluştu. Bugün de yeni model geliştirme hızımız çok yüksek. Fabrikasyon hiçbir ürünümüzün olmaması, bizi tercih eden müşterilerimizin hayal ettikleri her ürüne sahip olabilmeleri manasına geliyor. Neden Lale Devri dersiniz, adımızın özellikle Türkçe olmasını istedik. İlk günlerde karşılaştığımız ve bize en çok sorulan soru “Ürünlerinizi nereden ithal ediyorsunuz?” oldu. Biz de gururla, isimimizden de anlaşılacağı üzere, hepsinin kendi üretimimiz olduğunu söylüyorduk.

HELLO!: Geçmişle gelecek arasında köprü mü kuruyorsunuz?

B. Nalçacı: Ürünlerimizde emeği olan o kadar çok vefakâr sanatçımız var ki. Onların yaptığı sanatın yaşaması gerektiğini düşünüyoruz. Bu noktada kendimizi

geçmişle bugün arasında bir köprü olarak görüyoruz. Aynı şekilde bu ürünleri üreten sanatçılar ve tüketici arasında da köprü görevini üstlendik.

HELLO!: Geleneksel dokunuşlarla modern çizgiler hâkim objelerinizde...

B. Nalçacı: Anneanne, babaanne evlerimizde bulunan ürünleri, günümüzün modernliği ile harmanlayarak günlük hayatımızda da rahat kullanılabilen objeler yaratıyoruz. Gümüş ve gümüş kaplama sofa aksesuarları, çok ince bir işçilikle çalışılmış kristal camlarımız, şeffaf denebilecek incelikteki porselenlerimiz ve sonsuz çeşitte yaratabildiğimiz banyo, sofa ve yatak örtülerinden oluşan ev tekstilimiz, ürün yelpazemizi oluşturan hem klasik dokunuşlar içeren hem de modern çizgiler taşıyan ana ürünler. İsterseniz bütün ürünlerimizi birbiriyle kombinleyebilir ya da birbirinden tamamen bağımsız, örneğin tümüyle klasik ya da parça parça da seçebilirsiniz.

HELLO!: Ev dekorasyonunda trendler nereye doğru gidiyor?

B. Nalçacı: Bize göre ev dekorasyonlarındaki yeni trend, unutulmaya yüz tutan nostaljik ürünleri ufak ama özel dokunuşlarla modernleştirip günümüzün akımlarına uyarlamak, zaman zaman da tam aksine modern ürünleri klasikleştirmek. Düz, yalın çizgiler, özellikle sofa düzenlemelerinde görkemli aksesuarlarla birleşince sonuç göz zevkine hitap ediyor. Ayrıca sizin de bildiğiniz üzere gelin veya anne adayları büyük şehirlerde unutulmaya yüz tutmuş gelenekleri yeniden canlandırmaya başladılar. Bunların arasında kına gecesi ve dış buğdayı partilerini sayabiliriz. Bu tür geleneksel kutlamalar için tarzımız olan modern ve büyüklüğümüzün dönemini anımsatan klasik ürünlerin bir arada kullanılmasını da trendler arasında sayabiliriz. Bunun yanı sıra düğün hediye listeleri de çiftlerin gitgide daha çok başvurduğu araçlar arasında. Evlilik adayları web sayfamız üzerinden kolayca düğün hediye listeleri oluşturabilir. Düğün listelerinin en büyük özelliği günümüzün hızlı hayat akışında hem evlenen hem de hediye almak isteyen için son derece pratik ve zaman kazandırıcı olması. **H**

Banu Nalçacı, “Bize göre ev dekorasyonlarındaki yeni trend, unutulmaya yüz tutan nostaljik ürünleri özel dokunuşlarla modernleştirip günümüzün akımlarına uyarlamak” diyor.

