



# Ontwerpers zien het licht - en meer

**Van New York tot Milaan en Parijs: de jaarlijkse Fur Vision evenementen van Saga Furs boden nieuwe inspiratie, technieken en soorten bont. De drie bijeenkomsten trokken zowel de grote modenamen als de aankomende talenten.**

Fur Vision is Saga Furs' jaarlijkse promotietour die de recente ontwikkelingen in het werken met bont laat zien. Ontwerpers, verkopers en modehuizen komen om nieuwe technieken te ontdekken en hun verbeelding te laten prikkelen. "Als ik de algemene sfeer van deze drie evenementen moest interpreteren, zou ik zeggen dat men voor lichtheid, zachtheid en breisels koos," zegt Dorte Lenau Klint, de creatief directeur van Saga Furs. "Veelzijdigheid was een belangrijk punt. Veel van de technieken die in de belangstelling stonden, zijn gemakkelijk te produceren."

Niet alleen de creatieve tak woont de evenementen bij, ook verwerkingsbedrijven en bonthandelaren zijn aanwezig en beschikbaar om de creatieve ideeën te helpen waarmaken. "Een cruciaal onderdeel van onze strategie is het koppelen van onze vertrouwde partners," zegt Klint. "Natuurlijk bieden we inspiratie, maar het is net zo belangrijk om hen te helpen hun ideeën uit te voeren."

De Workshop-staf in het Saga Furs Design Centre gebruikt de twaalf maanden tussen de jaarlijkse Fur Vision-evenementen om nieuwe technieken te verzinnen en bestaande methoden zo te vernieuwen dat

ze bij de trends van vandaag passen. Dit proces behelst veel brainstormen, experimenteren en werken met verschillende kleuren. En er moet in de glazen modebol gekeken worden om de patronen en tinten van de komende modeweek te bepalen. "Sommige mensen denken dat alles al eens gedaan is, maar we komen altijd met ideeën waarvan mensen verrast opkijken," zegt Per Reinkilde, ontwikkelings manager bij Saga Furs.

Er werden zo'n 150 technieken getoond, naast een sortering Saga Furs® pelzen. Ongeveer dertig stalen bestonden uit nieuwe interpretaties, aangepast aan de seizoenen van 2010 en later.

Fur Vision bood de perfecte gelegenheid om twee nieuwe tinten Finnraccoon te introduceren: Saga Furs® Arctic Finnraccoon en Saga Furs® Hazel Finnraccoon. "Iedereen vond ze geweldig," zegt Klint. "We hadden zelfs de Airgallon-techniek gebruikt op een van de pelzen zodat ontwerpers gemakkelijker de mogelijkheden ervan konden visualiseren."

## Bont in iedere stad

Saga Furs organiseerde begin oktober Fur Vision voor de 10e keer in New York. Dit jaar

Johanna Kolehmainen, Saga foto's Saga Furs Denemarken



is het bezoekersaantal met 20% gestegen en de aanwezigen dromden samen om de laatste ontwikkelingen in bont te zien. "Er zijn dit jaar meer bezoekers en veel aanwezigen lijken meer interesse te hebben," zegt Charlie Ross, Saga Furs directeur wereldontwikkeling - bedrijfsvoering Noord-Amerika. "Veel grote inkopers besteden meer tijd en interesse aan wat we laten zien. Er heerst dit jaar een erg positieve sfeer."

Ook al komt zonder uitzondering iedereen naar Fur Vision vanwege de mode, het andere belangrijke onderwerp is de sociale verantwoordelijkheid van het bedrijf (Corporate Social Responsibility, CSR). Van de consument tot de verkoop- en productiecyclus blijft CSR iets waar mensen veel waarde aan hechten.

De geluiden uit Milaan en Parijs waren min of meer hetzelfde. De economische situatie van het afgelopen jaar kan niet worden genegeerd, maar de meeste bezoekers vertellen dat de handel redelijk loopt, hoewel concurrentie fel is. De grotere huizen laten weten dat hun klanten nog steeds kopen, en dat de speciale bestellingen en het bruidsegment bijzonder floreren.

Bij de zevende Fur Vision in Milaan waren de ontwerpers hongerig naar nieuwe ideeën. Alle grote namen waren er en er verschenen ook nieuwe gezichten. "De vospenzelzen met natuurlijke mutaties werden erg gewaardeerd, net als de hybriden," zegt Elisabetta Pinacci, de vertegenwoordiger van Saga Furs in Italië. "Lichte tinten waren populair en de nieuwe soorten Finnracon kregen veel aandacht."

Twee journalisten van Vogue Pelle Italia deden onderzoek naar materialen voor een



toekomstig nummer waarin getoond zal worden hoe technieken, ontwikkeld in het Saga Furs Design Centre, worden gebruikt in de mode-industrie. De nadruk zal liggen op hoe de technieken zelf een integraal onderdeel zijn van de creatie van mode.

Er vond nog een belangrijke ontmoeting plaats in Milaan: met Andreina Longhi, die The White Club heeft opgericht, een non-profit organisatie voor aankomende ontwerpers. "Mrs. Longhi was erg geïnteresseerd in wat Saga Furs doet en was opgetogen over ons onderzoek, dat eigenlijk hetzelfde doel heeft als dat van ontwerpers," zegt Pinacci. "Ze zou in de toekomst graag samen willen werken met Saga Furs om het gebruik van bont in de mode te bevorderen."

In Parijs gonsde het gebouw van opwinding. Alle grote namen uit de Parijse mode-industrie verdrongen zich rond de getoonde stalen. Dit jaar bezocht Fur Vision Parijs voor de tweede keer. "Tijd is belangrijk voor ontwerpers—ze werken continu," zegt Klint. "Fur Vision geeft ons de kans om bekenden te ontmoeten. Normaal hebben we niet altijd tijd voor persoonlijke gesprekken waarin we toelichten wat er allemaal nieuw is."

Het praten met mensen is voor Saga Furs erg belangrijk om relaties te versterken en uit te leggen hoe Saga Furs tegemoet kan komen aan hun ideeën en behoeften. Met de uitgestalde 150 technieken waren er veel mogelijkheden die de bezoekers konden overwegen en sommige van deze mogelijkheden zullen zeker weer opduiken bij toekomstige modeweeken. Het succes kun je aflezen aan hoe bij vorige Fur Visions de Fox 'n' Fabric-techniek in de aandacht stond. "De Fox 'n' Fabric-techniek is de afgelopen seizoenen erg populair geweest op de catwalk," zegt Klint. "Dat laat zien hoe de ontwerpers dat idee hebben opgepikt en dat fabrikanten het kunnen produceren, dus die techniek stimuleren we. Finnracon 'n' Fabric geeft daar weer een andere dimensie aan en nu hebben we nog twee nieuwe kleuren om het ideeënpalet mee uit te breiden. We hebben ook nieuwe ideeën naar voren gebracht met combinaties van twee of drie verschillende soorten vos om een nieuwe grafische expressie te bereiken. Blauwe en zilveren vostypes zijn geliefd, omdat ze textuur, volume en—erg belangrijk—lichtheid geven. Zowel consumenten als ontwerpers willen dat."

