

Nieuws van International Fur Federation



In het kort enkele nieuwsberichten vanuit de IFF

- Tijdens de laatste septemberveiling van Kopenhagen Fur werden alle Swakara pelzen verkocht. De toekomstvooruitzichten voor de unieke Swakarapels worden daarom als erg goed gezien.
- Volgens de PR-medewerkers van Fur Europe is er een duidelijk onderscheid tussen ideologie en dierenwelzijn. De ideologie is verpakt in 'schaapskleren'. Dierenwelzijn is niet het eerste doel dat nagestreefd wordt door de activisten tegen de bontindustrie. Aan de sector worden onredelijke eisen opgelegd om dierenwelzijn te realiseren. De farmnerts zou onder dezelfde condities gehouden moeten worden als zijn in het wild levende soortgenoot. Hiermee wordt 'in het wild leven' erg geromantiseerd en komt niet overeen met de uitkomsten van welzijnsonderzoek.
- In de film 'Revenant' wordt de hoofdrol vertolkt door viervoudig Oscar genomineerde Leonardo DiCaprio, die de rol van pelsjager speelt. De film is gedurende 9 maanden onder erbarmelijke toestanden opgenomen in Canada en Argentinië. Met kerstmis 2015 gaat de Revenant in première.
- Degenen die Kylie Jenner's Instagram volgen weten nu dat de beste manier om

- een paar zonnestrallen te vangen is door te relaxen bij het zwembad terwijl je een wollen short en een bontjas draagt.
- Saga Furs was het eerste veilinghuis dat een CSR-policy volgde, d.w.z. aandacht voor duurzaamheid, transparante en kwaliteit. Zij zette hiermee de toon voor de modewereld.
- Volgens modekenners is dé fashiontrend voor het komende seizoen de Pom Pom, schattig, kleurrijk en fluffy. Ze worden gedragen aan tassen, op schoenen en andere kleding.



- Model Malgosia Bela poseert voor fotograaf Angelo Pennette in prachtige bontontwerpen van Sagadesign voor de Parijse Vogue van november 2015.
- Model Stella Lucia poseert in prachtige bontkleding van Sagadesign voor fotografe Camilla Akrans in de Japanse Vogue van december 2015.
- Ook in de Russische en Spaanse Vogue zijn de mooiste ontwerpen met bont te zien. Bont is wereldwijd in de picture.
- In de wijk Queens in New York is een klein fabriekje 'Funfastic Furs' gevestigd, waar op een nieuwe en creatieve manier met bont wordt gewerkt. Deze creatieve, kleurrijke ontwerpen worden gemaakt van alle mogelijke soorten bont die er bekend zijn. Alle ontwerpen worden met de hand gemaakt.



Dorine Bulkens

This is Fur 2015

Het pro-actief bezig zijn in het Europese parlement resulteerde in 200 bilaterale ontmoetingen

Bij het nieuwe Europese Parlement in Brussel dat sinds mei 2014 zitting heeft, herhaalde Fur Europe haar succesvolle 'This is Fur'-evenement van 29 september tot 1 oktober 2015. De interesse was deze keer veel groter dan in 2014. Het evenement bevatte een informatiestand, bilaterale ont-



moetingen, een modepresentatie, debatten en mediacontacten. Dit alles om tegemoet te komen aan het doel van de sector om meer transparant, open en betrouwbaar over te komen. Vanuit Nederland waren de heren Jaspers, Haarman en Verhagen bij het evenement aanwezig.

Nieuws van Fur Europe

Gezin, bestaande uit meerdere generaties, hoeksteen van de Fur Now 2015 campagne



De International Fur Federation (IFF), lanceerde in samenwerking met Fur Europe, in oktober de tweede editie van de wereldwijde modecampagne Fur Now, met de nadruk dit jaar op het concept familie. De campagne van dit jaar wordt ondersteund door een digitaal platform en bevat voor het eerste een e-commerce-functionaliteit om de kledingstukken, die te zien zijn in de campagne, aan te schaffen. "De Fur Now campagne van vorig jaar was onze eerste campagne met digitale media en het was een geweldig succes. De bontmode van 2014 en onze mediacampagne bevatten allebei heldere kleuren en eigentijdse ontwerpen, maar dit jaar is de look meer sophisticated en commercieel" verklaarde Mark Oaten, CEO van IFF tijdens het introductie-evenement.

De 'This is Fur Now' website biedt ook een link naar een look-book met bontkleding van 14 geselecteerde top bontontwerpers en fabrikanten en drie jonge talentvolle ontwerpers, wiens creaties online via de

bont e-shop Furbazaar kunnen worden gekocht. Deze jonge ontwerpers zijn Yusuf Kalem, de Turkse winnaar van IFF Remix wedstrijd 2015; Django Steenbakker, een Nederlandse ontwerper die creatief directeur van Furlab is; en de Britse ontwerper Rebecca Bradley.

De focus van de campagne op meerdere generaties en de verschillende stijlen van de personages, markeert de veelzijdigheid en tijdloosheid van bont en de huidige trends van de manieren waarop bont wordt gebruikt in kleding. Het brede scala van persoonlijkheden belicht in de campagne - van de eigenwijze tieners Phil en Hailey, tot de waardige vader Adrian en de elegante grootmoeder Gloria - is allemaal terug te vinden in het bont dat ze dragen. De Fur Now strategie omvat een promotie-reclamecampagne, die loopt van oktober tot december van 2015 in een breed scala van geprinte en digitale media over de hele wereld, inclusief 26 Europese landen. Deze media variëren van de bekende

modebladen zoals Elle, Cosmopolitan, Harpers Bazaar, Tatler, Vogue, Glamour en Marie Claire tijdschriften tot de luchtvaartmaatschappijtijdschriften zoals Blue Wings (Finnair) en digitale media zoals Tatler.com, vogue.com en Catwalk.ee. Daarnaast geeft IFF het laatste nieuws over de campagne via social media zoals Twitter, Facebook, YouTube en Instagram, ondersteund door een aantal Europese bloggers. De cijfers illustreren het succes van de campagne met bijna 100.000 views van de video op YouTube en 463.000 likes op Facebook in minder dan een maand tijd. Vorig jaar was de Fur Now campagne een groot succes met meer dan 634.000 views alleen al op YouTube en met advertenties in de mode media zoals Vogue, Elle en Harper's Bazaar. De campagne bereikte naar schatting 42 miljoen mensen wereldwijd door middel van sociale media en gedrukte tijdschriften.