

MARKKINASEGMENTTINÄ CONTEMPORARY FASHION
Case Butterfly Effect- jalkine- ja asustemalliston suunnittelu



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, muotoilun koulutus

kevät, 2018

Norma Lauritsalo

Muotoilun Koulutus
Visamäki

Tekijä Norma Lauritsalo **Vuosi** 2018

Työn nimi Markkinasegmenttinä contemporary fashion

Työn ohjaaja /t Merianne Nebo, Mirja Niemelä

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyössä tarkasteltiin muodin contemporary fashion -markkinasegmenttiä. Opinnäytetyössä keskitytään kansainväliseen suunnitteluun, trendeihin ja suunnittelijan inspiraatioon sekä suunnittelijaidentiteettiin. Markkinasegmenttiä ja kansainvälistä muotia tutkimalla pyrittiin määrittelemään contemporary fashion -segmentin mahdollinen naisasiakas. Tavoitteena oli suunnitella jalkine- ja asustemallisto contemporary fashion -segmentin naisasiakasryhmälle.

Suunnittelun lähtökohtia tutkittiin kirjallisten ja sähköisten materiaalien sekä asiantuntijahaastatteluiden pohjalta. Suunnitteluprosessia ja lopputulosta tutkittiin itsereflektion avulla.

Tuloksena opinnäytetyössä syntyi viiden jalkineen, kahden laukun ja kahden asustemallisto contemporary fashion -segmentin naisasiakasryhmälle. Mallisto on rohkea ja värikäs kokonaisuus. Mallistokartta sisältää trendi- ja inspiraatiokartat sekä asiakasprofiilit.

Avainsanat Jalkineet, asusteet, kansainvälinen muoti, tuotesuunnittelu, markkinasegmentti

Sivut 44 sivua, joista liitteitä 5 sivua

Name of degree programme
Visamäki

Author	Norma Lauritsalo	Year 2018
Subject	Contemporary fashion as market segment for footwear and accessorize collection	
Supervisors	Merianne Nebo, Mirja Niemelä	

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to design a footwear and accessory collection based on contemporary fashion market segment. This thesis explores global fashion design, fashion market segments and especially contemporary fashion segment. By exploring the contemporary fashion segment, the aim was to define what kind of women customers there are on this segment.

The starting points of the design process were researched using nonfiction publications, internet publications, blogs and fashion magazines. Two global fashion designers were interviewed for this thesis as experts of design and global fashion market. The design process and the result were examined by reflection.

The collection was influenced by trends forecasts, inspiration and designer identity.

The thesis produces a visual collection board, which maintains trend board, inspiration board, customer profiles, and the footwear and accessory collection for season Autumn/Winter 2019—2020.

Keywords contemporary fashion, global fashion, design, footwear, accessory

Pages 44 pages including appendices 5 pages

SISÄLLYS

1.	JOHDANTO	4
1.1	Aiheen valinta.....	4
1.2	Tavoitteet ja rajaus	5
1.3	Kysymyksen asettelu.....	5
1.4	Keskeiset käsitteet	6
1.5	Prosessin menetelmät.....	7
1.5.1	Itsereflektio	7
1.5.2	Suunnittelun lähtökohtien tiedonkeruu	7
1.5.3	Havainnointi osana tiedonkeruuta	8
2.	SUUNNITTELUN LÄHTÖKOHDAT.....	9
2.1.	Kansainvälinen muoti.....	9
2.1.1	Globalisoituminen.....	10
2.2	Muodin markkinasegmentit	11
2.3	Contemporary fashion -markkinasegmentti.....	13
2.4	Suunnittelijaidentiteetti.....	14
2.5	Estetiikka.....	15
3.	ASIAKAS.....	17
3.1.	Contemporary fashion -segmentin asiakas.....	17
3.2.	Butterfly Effect- malliston asiakas.....	18
5.	BUTTERFLY EFFECT -MALLISTON SUUNNITTELU	21
5.2	Inspiraatio.....	21
5.3	Trendit	22
5.3.1	Trendit syys-talvisesongille 2019/2020	23
5.4	Prosessikaavio	29
5.5	Ideointi ja luonnostelu.....	30
6.	MALLISTO	34
7.	POHDINTA	36
7.1	Johtopäätökset	36
7.2	Suunnitteluprosessin eteneminen.....	36
7.3	Suunnittelijaidentiteetin ja malliston suhde.....	37
7.4	Reflektio	38
	LÄHTEET	39
	Liitteet	
Liite 1	Haastattelu kysymykset: Achilles Ion Gabriel	
Liite 2	Haastattelukysymykset: Irene Kostas	
Liite 3	Asiakasprofili 1	
Liite 4	Asiakasprofilit 2 ja 3	
Liite 5	Mallistokartta	

1. JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä suunnitellaan jalkine- ja asustemallisto contemporary -fashionia käyttävälle naisasiakasryhmälle. Opinnäytetyömallisto on markkinasegmenttilähtöisesti suunniteltu mallistokokonaisuus. Työssä perehdytään mallistoon vaikuttaviin tekijöihin, kuten trendeihin sesongille syys—talvi 2019–2020, sekä kuluttajaan pukeutujana. Tuotesuunnittelun vaiheita tulkitaan malliston suunnittelun pohjalta. Opinnäytetyö tutkii ai-
hetta esteettisten näkökulmien kautta.

1.1 Aiheen valinta

Opinnäytetyön aiheeksi valitsin malliston suunnitteluprosessin, sillä koen suunnittelun ja ideoinnin suurimmaksi vahvuudekseni muotoilun osa-
alueista. Aiheenrajaus markkinasegmenttilähtöiseen ja kansainväliseen muotoiluun luo haastetta kuin rajojakin.

Malliston markkinasegmentti on selkeä hahmottaa, sillä suunnittelulleni ominainen muotokieli viittaa selkeästi rohkeisiin muotoihin ja erottuviin ratkaisuihin. Valintaani vaikutti myös markkinasegmentin hintataso. Identiteettiini muotoilijana vaikuttaa työharjoittelukokemus Achilles Ion Gabrielin design-assistenttina keväällä 2016. Sain olla mukana italialaisen muotitalo Marnin miesten kenkien suunnitteluprosessissa suomalaisen jalkinesuunnittelijan apuna Pariisissa. Nykyään työskentelen suomalaiskreikkalaisen ONAR-brändin asustepuolella. Molemmat edellä mainitut brändit ovat kansainvälisesti myyviä merkkejä, ja niitä yhdistävät contemporary fashionin -markkinasegmentille ominainen rohkeus ja väririkkyys.

Yleisesti contemporary -fashionin kuluttajat löytyvät Suomen rajojen ulkopuolelta. Koska minua kiinnostavaa työ kansainvälisillä muotimarkki-
noilla, koen hyötyväni opinnäytetyöprosessista.

Ensin tarkoitukseni oli tutkia Aasian ja Euroopan muotipääkaupunkien asiakaskuntaa ja käyttäjiä, mutta jo alkuvaiheessa koin tarkoituksen-
mukaisemmaksi pitää kohderyhmänä vain contemporary -fashion seg-
mentin asiakkaat. Minulla on kansainvälisestä muotisuunnittelusta omakohtaista kokemusta, ja se on yksi aiheenvalintaani vaikuttavista teki-
jöistä.

Asiakkaiksi valitsin naiset. Mietin pitkään asiakasryhmän rajausta, sillä minua kiinnostaa myös unisex-muotoilu ja miesten muoti. Naisten mallis-
ton suunnittelu antaa kuitenkin mahdollisuuden muotoilullisesti moniin variaatioihin. Mallisto rajautuu jalkine- ja asustesuunnittelupääaineeni mukaan jalkineisiin ja asusteisiin. Jalkineiden ja laukkujen ohella haluan perehtyä myös muihin asusteisiin. Koen, että mallisto rakentuu yhtenäisemmäksi kokonaisuudeksi laajemmalla tuotevalikoimalla. Tarkoituksena

on myös hyödyntää mallistossa kaikkia opiskeluvuosieni aikana oppimiani taitoja tuotekategorian sisällä.

1.2 Tavoitteet ja rajaus

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa contemporary -fashion segmenttiä, ja selkiyttää asiakasprofiilia. Kansainväliset muotimarkkinat on haastava ja kilpailtu työympäristö. Työn avulla kasvatun osaamistani kansainvälisestä sekä kohderyhmälähtöisestä suunnittelusta että rakennan selkeämpää suunnittelijaidentiteettiä ja omaperäistä suunnittelua.

Opinnäytetyössä mallisto suunnitellaan markkinasegmentin, trendien, asiantuntijahaastattelujen sekä muotoilijaidentiteettini pohjalta. Lopputuloksena syntyy visuaalinen mallistokartta, joka sisältää jalkine- ja asustemalliston piirrokset, trendikartan, inspiraatiokartan, sekä esimerkkiasiakasprofiilit. Opinnäytetyön prosessissa ei synny prototyyppejä tai valmiita tuotteita.

Mallistoa käsitellään pääsääntöisesti kohderyhmän, trendien ja estetiikan kautta. Suunnitteluun ei kuulu hintojen määrittely tai tuotannolliset aspektit. Materiaalit valitaan tuotteisiin hypoteettisesti. Markkinoilla olevia materiaaleja ei kartoiteta opinnäytetyötä varten.

1.3 Kysymyksen asettelu

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä toimii: Millainen jalkine ja asustemallisto on contemporary -fashionia käyttävälle naisasiakasryhmälle?

Prosessin ohella kulkevat tarkentavat sivukysymykset.

1. Millainen on contemporary -fashionin asiakasryhmä?
2. Miten tulevat trendit vaikuttavat Butterfly Effect -mallistoon?
4. Miten suunnittelu vaikuttaa Butterfly Effect -mallistoon?

Kysymyksiin etsitään vastauksia eri tiedonhankintamenetelmien kautta. Tiedonhankintamenetelmiä on useita. Tässä opinnäytetyössä käytetään tiedonkeruumenetelminä havainnointia ja haastattelua sekä prosessin lopputulosta tutkitaan itsereflektion avulla. Haastattelu tehdään ONARin muotisuunnittelijalle Irene Kostakselle ja kenkäsuunnittelija Achilles Ion Gabrielille. Kostasta haastatellaan puhelimitse ja Achilles Ion Gabrielia sähköpostitse.

Opinnäytetyössä tutkitaan myös sähköisiä muotijulkaisuja, kuten kansainvälisiä muotilehtiä, sekä suljetun WGSN-trendiennustesivun verkkojulkaisuja. Teorialähteinä asiantuntijahaastatteluiden ohella suunnittelua ja prosessia tukevat kirjalliset aineistot. Tutkimuksen taustalla on myös suunnittelijalle kerääntynyt osaaminen alan työtehtävistä ja opintovuosilta.

1.4 Keskeiset käsitteet

Opinnäytetyössä käytetään paljon englanninkielisiä termejä, koska suomenkieliset vastineet eivät ole kuvaavia, tai niitä ei ole määritelty. Selkeyden vuoksi kaikki muodin markkinasegmentit kuvataan vieraskielisin termein.

Contemporary fashion, tarkoittaa muodin markkinasegmenttiä, joka hintatasoltaan ja suunnittelultaan sijoittuu high fashion -markkinasegmentin ja massamuodin väliin. (Simmons n.d.)

Estetiikka on filosofinen käsite, joka tutkii kauneutta ja taidetta. (Nurmi, Rekiaro, Rekiaro, Sorjanen, 2001, 119.)

Fast fashion on muotia, jota tuotetaan nopealla tahdilla markkinoille laadusta välittämättä. Fast fashion -merkkejä ovat esimerkiksi H&M ja ZARA. (Leaf.tv. 2018.)

Haute couture tarkoittaa ompelutyötä ja suoraan asiakkaalle valmistettua tuotetta, joka sisältää taiteen ja laadun arvokäsitteet. (Nuutinen 2004, 24.)

High fashion, tarkoittaa tässä opinnäytetyössä korkealuokkaista luksusmarkkinasegmenttiä.

luksus-tuote tarkoittaa tässä opinnäytetyössä hintatasoltaan ja materiaaliltaan, sekä valmistukseltaan korkealuokkaista tuotetta.

Maailmanmuoti on tiettyyn aikaan sijoittuvaa muotia, johon kuluttajat pukeutuvat maailmanlaajuisesti. (Nuutinen 2004, 64.)

Massamuoti on laajan kuluttajakunnan hyväksymää yhdenmukaista muotia, josta ollaan poistettu laatu ja yksityiskohtaiset elementit. (Nuutinen 2004, 64.)

Ready to wear, käsite tarkoittaa käännöksenä tuotekategoriaa, mallistoja, jotka ovat sanansa mukaisesti heti käytettäväksi tarkoitettuja tuotteita. Ready to wear segmentti kuuluu samalle tasolle high fashionin kanssa. Ranskankielinen ilmaus on puolestaan Pret A Porter. (Corbellini n.d.)

Trendi tarkoittaa ajalle ominaista suuntaa, johon tyyli liikkuu. (Nuutinen 2004, 20.) Trendi on tyyli-suuntaus ja muotivirtaus. Trendi on ajalle ominaisten yhtenäisten piirteiden nimike. (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko, Koskinen 2003, 87.)

Tyyli on kuluttajan henkilökohtainen katsaus vallalla olevasta muodista. Se kuvaa kuluttajan persoonaa ja yhteiskunnallisia normeja. (Nuutinen 2004, 61.)

1.5 Prosessin menetelmät

Tämän opinnäytetyön ohella kulkee kaksi huomioitavaa menetelmää, joiden avulla viedään prosessia eteenpäin ja tutkitaan sen vaiheita ja lopputulosta. Opinnäytetyön menetelmiä ovat itsereflektio ja tiedonkeruumenetelmät.

1.5.1 Itsereflektio

Muotoilijana on huomioitava, että luonnokset ja ideat eivät yksin riitä hyvän tuotteen suunnittelussa. Prosessi paranee ja antaa jatkoa varten arvokasta tietoa itsereflektiolla. Suunnittelussa tulee huomioida ja hyödyntää menetelmiä, jotka tukevat kehittyneitä ja harkittua suunnittelua. ”Reflektiivisyys tarkoittaa omien ja toisen sisäisten tilojen havainnointia, tunnistamista, ilmaisua ja suhtautumista niihin” (Tiuraniemi 2002, 2.). Itsereflektioprosessi on kognitiivista eli tiedollista itsensä havainnointia. Informaation ja oman työskentelyn kautta syntyy kokonaisuus, jota reflektio tarkastelee. (Tiuraniemi 2002, 2.) Mezirow selittää reflektion tavaksi uudelleen käsitellä strategiset ja toiminnalliset ongelmanratkaisukeinot. Itsereflektio puolestaan tutkii ja käsittelee henkilön omia ongelmanratkaisutapoja ja tietyn kohteen tai tulkinnan aiheuttamia olettamuksia. (1996, 8.)

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan suunnittelijan mielen sisäistä toimintaa, prosessin positiivisia ja negatiivisia puolia. Suunnittelun eri vaiheissa muokataan toimintamalleja tilanteen mukaan. Prosessin aikana heränneisiin kysymyksiin pyritään löytämään vastauksia reflektoinnin avulla. Ihminen käsittää oman minuutensa ja todellisuuskuvansa vuorovaikutuksen kautta. (Tiuraniemi 2002, 9.) Mezirowin mukaan Stephen Bookfield (1987) toteaa, että ”ajatellessamme kriittisesti kykenemme perustelemaan ajatuksemme ja toimintamme”. (1996, 9) Tunteet ovat suuressa osassa suunnitteluprosessia ja vuoropuhelu suunnittelun lähtökohtien kanssa synnyttää halutun lopputuloksen, malliston.

1.5.2 Suunnittelun lähtökohtien tiedonkeruu

Tarkoituksena on löytää tietoa suunnittelun lähtökohdista. Kansainvälisestä muodista, muodin markkinasegmenteistä ja contemporary fashion-segmentistä etsitään tietoa verkkojulkaisujen, tietokirjallisuuden ja asiantuntijahaastatteluiden kautta. Aineistonkeruumenetelminä toimivat verkkosivu- ja tietokirjallisuuslähteet myös trendeille ja inspiraatiolle. Lähteiden perusteella on tarkoitus luoda selkeä lähtökohta Butterfly Effect-malliston suunnittelulle. Haastattelen kahta asiantuntijaa kansainvälisen

muotisuunnittelun kentältä (katso liitteet 1 ja 2). Haastateltavat on valittu harkitusti ja aikaisempiin sekä nykyisiin työsuhteisiin perustuen.

Ensimmäinen haastateltavani on Irene Kostas, helsinkiläisen, 2014 vuonna perustetun ONAR studios Ltdn suunnittelija ja perustaja. ONAR keskittyy eettisesti ja ekologisesti valmistettujen ja värjättyjen lampaankarvatuotteiden, takkien ja asusteiden suunnitteluun. Asenteeltaan advanced contemporary fashion -segmenttiin ja laadultaan luksusmarkkinasegmenttiin sijoittuva ONAR kansainvälistyi välittömästi ja brändin tuotteita myydään nykyään esimerkiksi Japanissa, Etelä-Koreassa ja Kiinassa sekä New Yorkissa Yhdysvalloissa. (ONAR studios 2018.)

Toinen haastateltavani on Achilles Ion Gabriel suomalainen kenkämestari, joka perusti oman brändinsä Achilles Ion Gabriel vuonna 2013 Pariisiin. Hänen työkokemuksensa sisältyy suunnittelu merkeille COS, Étudesi, Esteban Cortazar ja Tillmann Lauterbach. Nykyään hän työskentelee italialaiselle muotitalo Marnille miestenkenkien pääsuunnittelijana. (Laitanen 2017.)

1.5.3 Havainnointi osana tiedonkeruuta

Havainnoin contemporary fashion -markkinasegmentin kohderyhmän asiakaskuntaa muotijulkaisuiden kautta. Asiakasprofiilin jäsentäminen tapahtuu kuvallisten lähteiden ja haastatteluiden kautta. Havainnointi painottuu muotiviikkojen aikana otettuihin katutyökuviin.

Havainnointia käytetään myös trendien analysoimisessa ja oman malliston ja trendien vuorovaikutuksen luomisessa. Contemporary fashion -segmentin valittuja esimerkkituotteita havainnoidaan markkinasegmentin ymmärtämiseksi. Tuotteita havainnoidaan myös suunnittelijaiden titeetin ja suunnittelijan visuaalisen muotokielen verrokkituotteina.

2. SUUNNITTELUN LÄHTÖKOHDAT

Opinnäytetyön suunnittelutyön viitekehystenä on kansainvälinen muoti. Sen sisällä tarkempana osuutena on contemporary fashion -markkinasegmentti. Viitekehukseen vaikuttavia tekijöitä ovat myös asiakasryhmä, tuotekategoriat sekä suunnittelijaidentiteetti. Pohjaan oman mallistoni kansainvälisen muodin alle ja perehdyn lähtökohtiin suunnittelijuuteni ja mallistoni kautta. Ennen varsinaisia tuloksia tulee selkeästi määrittellä lähtökohdat, jotta tuote ja mallisto mukautuvat haluttuun osa-alueeseen muodin sektorilla. Viitekehys selkeyttää suunnittelun pohjaa.



Kuva 1. Viitekehys kokoaa suunnittelun päälähtökohdat.

2.1. Kansainvälinen muoti

Nuutisen mukaan (Koskennurmi- Sihvonen 2003) kertoo eurooppalaisen muodin syntyneen keskiajan loppupuolella kauppias- ja liikemiesluokan kukoistuksessa. (Nuutinen, 2004, 47) Nuutisen teoksessa Edelläkävijät Vihman mukaan (2002) 1700-luvulla muoti kehittyi nykykuluttajalle tutuksi käsitteeksi, jatkuvasti muuttuvaksi kulttuurimuodoksi (Nuutinen 2004, 47.) Läpi vuosisatojen muoti on muuttunut ja tullut lähemmäksi jokaista maailmankansalaista jossakin muodossa.

Muodin merkitys maailmantaloudessa on suuri. Kansainvälinen markkina-alue koostuu monista sektoreista hintatasostaan riippuen. Maailmalla kulutetaan, ja tuotetaan muotia suurella nopeudella. Muoti on sesongeittain liikkuva pyörä, joka on jatkuvassa muutosliikkeessä.

Esimerkkinä globalisoituvan muodin edistysaskeleita ovat 1900-luvun alun maailmannäyttelyt, joissa esiteltiin Pariisin haute couture -muotia sekä (Fogg & Steele 2013 196.) 1800-luvun lopun yleistyneet muotijulkaisut, kuten Harper's Bazaar ja Vogue. (Thijm, 2013.) Kansainväliset markkinat kiihtyivät 1960-luvulla räjähtäneen massatuotannon takia. Haute Couturen valtakausi jäi teollisen tuotannon yleistymisen jalkoihin. Suurelle kuluttajaryhmälle liian kalliit hinnat, ainutlaatuiset ja uniikit räätälöidyt tuotteet eivät enää olleet arkipäivää. Muoti avautui pienen eliitin oikeudesta suurelle kuluttajakunnalle. Muotinäytökset ja sesongit nähdään merkittävänä osana muutosta. 1900-luvulla muoti on muuttunut yhteisöllisemmäksi ja avoimemmaksi, koko ihmiskunnalle oikeutetuksi tavaksi ilmaista itseään. 1900–2000-luvun aikana muoti on muuntautunut ja eri kulttuurivaikutteet ovat sekoittuneet globalisoitumisen myötä. (Fogg & Steele 2013, 11-13 .) (Nuutinen, 2004, 49.)

2.1.1 Globalisoituminen

Nuutisen mukaan Kawamura (2004) toteaa, että Charles Frederic Worthia innovatiivista suunnittelijaa pidetään kansainvälisten muotinäytösten luoja. Hän oli ensimmäisiä itsenäisiä suunnittelijoita, jotka järjestivät ensimmäisiä couture -näytöksiä 1800-luvun loppupuolella. Pariisi ollut alusta alkaen maantieteellisenä sijaintina merkittävä muodin kulttuuriksi. Pariisilainen kaava kopioitiin merkittäviin kaupunkeihin ympäri maailmaa kuten Lontooseen, New Yorkiin, Milanoon ja Tokioon. (Nuutinen 2004, 48.) Televisioidin ja tietoteknisten informaationlähteiden kautta muotiviikkojen ilmiö on levinnyt useaan kaupunkiin. (Brand 2006, 11.)

Globalisoituminen on pienentänyt planeettaamme ja tuonut ihmisiä, kulttuuria ja eri alueille ominaisia tapoja lähemmäs toisiaan. Globalisoituminen huomataan laaja-alaisesti myös eri kulttuurien kohtaamisissa. Massakulttuuri leviää nykyään eri kanavien kautta jatkuvana informaatiotuovana. Maantieteellisestä näkökulmasta Miller pohtii tutkimuksessaan ovatko lähellä ja kaukana enää olemassa olevia käsitteitä teknologian ja tietoliikenteen kasvun myötä. Kulttuurillinen globalisoituminen kaataa tutkimuksessa Toblerin (1970) määrittelemän maantieteellisen lain, ”kaikki liittyy kaikkeen, mutta lähellä olevat asiat ovat läheisempiä kuin kaukaiset asiat”. (Miller, 2004.)

Kilpailukyvyn kasvu muotiyritysten välillä on seuraus teknologian kehityksestä. Tuotantonopeus kasvaa kilpailun myötä ja kuluttaja on reaaliajassa tietoinen muodin ja yritysten jatkuvasta kehitysvaiheesta ja muutoksesta. (Nuutinen 2004, 13.) Seurauksena eri puolilla maailmaa voidaan syödä samassa pikaruokaketjun ravintolassa, lukea samoja lehtiä, etsiä informaatiota samoilta verkkosivuilta ja sosiaalisen median välityksellä ja altistua samoille vaate- ja asuste mainoksille. Elintasosta riippuen samat kengät voidaan ostaa ja toimittaa ympäri maailmaa. Globaalissa maailmassa löydän mallistoilleni sopivat asiakkaat kotimaan ulkopuolelta. Sijoitun

muodin kartalle kansainvälisesti.

Sosiaalinen media on yksi globalisoitumisen nykyhetken merkittävimmistä tietolähteistä, informaatiopoluista, joiden kautta saamme tietoa uusien suunnittelijoiden tuotteista reaaliajassa, ja pystymme seuraamaan muotiviikkojen uusimpia trendejä puhelimen ruudulta Instagram-palvelun kautta. (Brand 2006, 11.) Globalisoitumisen myötä samankaltaistuminen tuo mukanaan positiivisuuden ohella myös negatiivisia sävyjä monikulttuurillisuuden vähenemiseen. Suunnittelijana tulee huomioida tämän riskin kasvu. Pää-asiallisesti voin todeta globalisaation olevan oman suunnittelijuuteni ja asiakasryhmän tavoittamisen kannalta erittäin myönteinen ilmiö.

2.2 Muodin markkinasegmentit

Nuutinen jakaa muodin markkinasegmentit maantieteellisen sijainnin, iän ja tulotason mukaan. Hän painottaa myös yhä merkittävimiksi piirteiksi nousseet näkökulmat. Näitä ovat kuluttajien mielipiteet, asenteet, arvot sekä asiakkaiden kulutustottumukset. (Nuutinen 2004, 80-81.) Verkkosivusto (Selligent n.d.) samoja näkökulmia. Sivusto jakaa muodin markkinasegmentteihin väestötietojen, maantieteellisten rajojen, elämäntapojen, hyötyjen sekä käyttäytymisen mukaan. (Selligent. n.d.)

Väestöllisiä määritteitä ovat:

- ikä
- sukupuoli
- siviilisääty
- ammatti
- uskonto
- koulutus
- tulot

Maantieteellisiä määritteitä ovat:

- osavaltio
- lääni
- maa
- yhteisö

Käyttäytymisen mukaisia määritteitä ovat:

- käyttötavat
- hintaherkkyys
- merkkiuskollisuus.

Yksi yleisimmistä tavoista on jakaa muoti hintatason mukaan markkinasegmentteihin. Hintaluokan nimikkeet ja ryhmät eroavat eri lähteiden julkaisuissa. (We Connect Fashion, n.d.) verkkosivusto jakaa muodin markkinasegmentit selkeästi kahdeksaan osaan (kuvaaja 1).

Kuvaajan huipulla on segmentti couture, joka pitää sisällään uniikit, useimmiten räätälöidyt ja kalleimmat muotituotteet. Designer-segmentti koostuu luksus- ja high fashion -tuotteista, joiden suunnittelijat antavat suunnitteluunsa ja luonteensa tuotteelle. Tästä segmentistä esimerkkejä ovat merkit Valentino, Prada, ja Jil Sander. Hintataso liikkuu tuhansissa dollareissa (Simmons, n.d.). Bridge koostuu verkkosivun mukaan designer-tuotteista, joiden materiaalit ovat halvempia ja tämän takia hinta tuotteissa laskee. Esimerkkinä kategoriasta on DKNY, suunnittelija Donna Karanin alabrändi. Kuvaajan (1.) contemporary fashion-segmentti esitellään halutuimpana markkinasegmenttinä.

Better-niminen segmentti kertoo jo sananomaisesti, että kyseessä on niin sanottu massatuotteiden parempi kategoria. Tältä segmentiltä osasta kuluttaja tietää löytävänsä vielä melko laadukasta muotia. Moderate- ja Budget-segmentit edustavat pikaketjujen nopeasti ja halvalla tuotettua muotia.



(1.)



(2.)

Kuva 2. Muodin markkinasegmentit 1.

Kuva 3. Muodin markkinasegmentit 2.

Useat lastenvaateketjut kuuluvat moderate -segmenttiin ja H&M edustaa Budget segmenttiä. Off-price segmentti edustaa alennustuotteita, jotka hintatasoltaan ovat diagrammin alinta tasoa. (We Connect Fashion (n.d.))

Kuvaaja (2.) jakautuu vain viiteen suuntaan antavaan segmenttiin. Ylin couture edustaa samaa hinta- ja laatutasoa kuin edellisenkin diagrammin couture-segmentti. Ready to wear ja ranskan kieliseltä nimeltään Pret-a-porter sijoittuvat samalle tasolle kuin high fashion ja luksus -markkinasegmentti ja kuvaajan (1.) designer-segmentti. Hintataso on saadaan kertomalla kolmesta viiteen kertaan massatuotteen hinta. Tämä segmentti koostuu juhla- ja rennompien tilaisuuksien tuotteista. Diffusion-niminen segmentti on hintatasoltaan edullisempaa, ostajakunnaltaan nuorempaa ja tuotannoltaan laajempaa ja ulkoistettua. Kuvaaja (2.) Bridge-segmentti

on edustaa samaa kategoriaa kuin kuvaajan (1.) samanniminen segmentti. Bridgen hintataso kuitenkin vaihtelee ja sen seurauksena se sijoittuu kuvaajassa (2.) alemmas. Massatuotannon segmentti edustaa jälleen nimeltäänkin suurinta segmenttiä halvimmalla hintatasolla ja nopeimmalla tuotannolla. (Fashion market segmentation, Corbellini, n.d.)

Vaikka nimikkeet vaihtelevat esimerkkidiagrammeissa, ovat merkitykset ja hintatasot samoilla tasoilla. Opinnäytetyössäni käsiteltävä contemporary fashion -segmentti ei esiinny molemmissa kuvaajissa. Segmentin monimuotoisuus saattaa vaikuttaa sen puuttumiseen toisesta esimerkistä. Suunnittelullani pyrin löytämään yhteyden tulevaan tuotteeseen. Tämän perusteella suunnitteluuteni voisi myös sijoittua esimerkiksi designer nimiseen markkinasektoriin. Luultavasti kuitenkin jokaisella segmentillä työskentelee suunnittelijoita, jotka antavat itsestään paljon tuotteen hyväksi. Huomattavaa on kuitenkin hintaerojen, ajankäytön ja laatuojen, sekä valmistusjäljen merkitys tuotteen esteettiseen ilmeeseen.

2.3 Contemporary fashion -markkinasegmentti

Contemporary fashion -segmentti on laaja-alainen ja monitulkintainen. Markkinasegmenttinä rajattu, mutta samalla laaja käsite määritellään kirjaimellisesti nykymuodiksi. Useiden verkkolähteiden ja tekemieni asiantuntijahaastatteluiden perusteella yleisimmäksi yhdistäväksi määrittelyksi on noussut contemporary fashionin hintaluokka kuten muidenkin segmenttien määrittelyssä. Segmenttinä contemporary fashion tavoittelee useita käyttäjiä. Se sijoittuu luksuksen ja kuluttajan väliin (Sørseth 2008.). Verkkosivusto Fashionmagazinessä kerrotaan markkinasegmentin hintatason olevan 500-1000 dollaria. (Livey 2015.) Leaf.tv- verkkosivun artikkeli kertoo hintatason alkavan 150 dollarista ja nousevan 800 dollariin. Kuitenkin markkinasegmentti on kuluttajalle helpommin lähestyttävä kuin luksus segmentin tuotteet, joiden hinnat sijoittuvat 4000-5000 dollarin välille (Simmons, n.d.).

Myös ONARin suunnittelija Kostaksen mukaan contemporary fashion -markkinasegmentti määritellään usein hintatason mukaan. Hän mieltää, että contemporary fashion on alkanut edistyksellisten suunnittelijoiden tavoista yhdistää omaa suunnitteluaan ja katumuodin piirteitä high fashion segmenttiin. (Kostas 2018.) Achilles Ion Gabriel toteaa segmentin olevan edullisempi versio high fashion- ja luksussegmenteistä, ja trendien vaikutus contemporary fashioniin lyhentää tuotteen esteettistä pitkäikäisyyttä. (2018.)

Esimerkkinä Kostas nostaa esille Yoshi Yamoton ja Adidaksen Y-3-malliston, sekä Stella McCartneyn ja Adidaksen yhteistyömallistot. Kostaksen mukaan yhteistöiden merkitys eri merkkien välillä on huomioitava ilmiö contemporary fashion segmentin muotoutumisessa. Achilles Ion Gabriel kuitenkin toteaa, että brändien oman ilmeen ja esteettisen perinnön merkitys on jälleen kasvamassa. (2018.)

Markkinasegmentti contemporary fashion jaetaan advanced contemporary- ja contemporary fashionin osa-alueisiin. Tavarataloissa tuotteet jaotellaan näiden tuotemäärittelyjen mukaan. (Kostas, 2018.) Contemporary fashion brändejä on useita. Kostas mainitsee, että edelläkävvät suunnittelijat ovat merkittävässä roolissa segmentin tyylin luomisessa.

Valitsin listaan omaa suunnittelijuuttani innostavia brändejä. Culture trip-verkkosivusto on listannut 13 merkittävintä suunnittelijaa. Verkkosivu esittelee McCartenyn yhtenä vaikuttavimmista suunnittelijoista. McCartney johtaa omaa merkkiään, jossa yhdistyvät värikkäät urheilulliset kuosit, sekä brändin vegaaniset arvot. Ekologisuuteen tähtäävä linjaus on merkittävä esimerkki muille brändeille. (Hardy 2016.)

Ranskalainen Isabel Marant pääsee saman kolmentoista merkittävimmän segmentin suunnittelijan listalle. Marantin tyyliä voi luonnehtia siistiksi katutyyliseksi naisellisine linjoineen. Hänen korkeavartiset saappansa ovat saaneet jo ikonisen leiman. (Hardy 2016.)

Pohjois-Irlantilainen Jonathan Anderson on oman brändinsä J.W.Andersonin ja espanjalaisen luksussegmentin LOEWE asuste- ja vaatebrändin luova johtaja. Suunnittelija yhdistää leikkisää ja graafista muotokieltä erottuviin kuoseihin.

Skandinaavisista brändeistä nostan esille ruotsalaisen, jo kulttimaineen saaneen Acnen (Hardy 2016.), joka yksinkertaisella hulluudellaan erottuu katukuvasta helposti. Toisena skandinaavina tanskalaisen Henrik Vibskovin (Hardy 2016.) mallistot ovat värikkaita. Vibskov luo pelottomasti uutta rohkeasta näkökulmasta. Puolestaan suunnittelija Kostas painottaa Kenzon menestystä contemporary fashionin eteenpäin viejänä uusien luovien johtajiensa Humberto Leonin ja Carol Limin ansiosta.

2.4 Suunnittelijaidentiteetti

Värit, muodot ja pysähtyneet hetket sekä mieltäni ruokkivat taideteokset ovat muovanneet tämänhetkisen minuuteni suunnittelijana. Suunnittelijaidentiteettini vaikuttaa malliston visuaalisuuteen.

Olen positiivinen ja pohtiva muotoilija. Välitän tunteeni valmiiseen tuotteeseen asti. Välillä inspiraatio ei tunnu valinnalta, vaan vahvalta voimalta, joka kumpuaa sisältäpäin. Tahdonvoima on osa tätä ammattia, samoin uskollisuus ja koen, että unelma taiteilijuudesta on saanut oikean muodon suunnittelijana. Elämän pienet ilot, kokonaisvaltaiset tunnetilat, sulava liike ja luonnon muodot, sekä ihmisten hehku saavat mieleni valppaaksi. Vastakohtat ja niiden välinen jännitys kiehtovat.

Suunnitteluprosessini alkaa yhtäkkisesti. Pääni täyttyy väreistä, muodoista ja uusista ideoista missä tahansa ja milloin tahansa. Prosessin alkuvai-

heessa sisäinen lapseni tulee esille ja ideoinnin on annettava kulkea käden kautta paperille ilman rajoja. Sen jälkeen yhdistän ideani asiakasprofiiliin ja tuotteen realiteetteihin. Minulle merkittäviä arvoja ovat tuotteen pitkäikäisyys, niin esteettisesti kuin funktionaalisestikin, sekä eettiset valinnat tuotteiden suunnittelussa.

Suunnittelussa vaalin puhtaita linjoja ja selkeää muotokieltä. Kuitenkin kiinnostavassa muotoilussa tulee olla ripaus hulluutta, ja sitä ei itsestäni puutu. Käytän rohkeasti värejä ja luon tuotteisiini kontrasteja. Näen muodin kansainvälisenä kenttänä, ja näin ollen Butterfly Effect- mallistossa keskitytään kansainvälisen muodin contemporary-fashionia käyttävään naisasiakaskuntaan.

2.5 Estetiikka

Estetiikka tutkii taidetta ja kauneutta (Nurmi, Rekiaro, Rekiaro, Sorjanen, 2001, 119.). Kukin ihminen tutkii objekteja omien esteettisen havaintojensa perusteella ja oman makunsa kautta. (Kinnunen 1990, 9) Ruinin mukaan (1962.) Esteettinen tarkkailu perustuu muodon, aistihavaintojen ja ilmapiirin havaitsemiseen ja sisäiseen analysoimiseen (Kinnunen 1990, 95.) Achilles Ion Gabriel kertoo, että estetiikka ja esteettiset elämykset ovat hänelle yksi merkittävimmistä asioista elämän ja työn näkökulmasta. (2018.) Esteettiset aistihavainnot ovat sidoksissa vahvasti myös omassa suunnitteluprosessissani.

Oma esteettinen käsitykseni luottaa klassisuuteen ja materiaaleihin. Pystyn seisomaan mieltäni kohottavan, tai askarruttavan taulun edessä monia minuitteja. Usein palaan näyttelyissä suosikkiteokseni eteen vielä viimeiseksi ja imen esteettisen kokemuksen energiat syvälle itseeni. Näin voin tehdä myös vaateen tai tuotteen kanssa. Suhde esineeseen voi olla yhtä vahva esteettisen kokemuksen kannalta. Vaikka oma mieltymykseni objekteihin vaihtelee suuresti tyyllillisesti, on kädenjälkeni tällä hetkellä löytänyt oman linjansa. Suunnittelussani tulee olla ripaus hulluutta ja oivallusta. Sana tylsä sivuaa epäonnistumista.

Tuomisen mukaan Benchmarking alkaa määrittelemällä benchmarking-kohde. Kohde valitaan samalta markkinasegmentiltä. (2016, 6) Visuaalisuudeltaan esteettisiksi verrokeiksi valitsin contemporary fashion -segmentin ja high fashion -segmentin alta aikaisemmin mainitun Henrik Vibskovin(malli 2.) ja espanjalaisen LOEWEn(malli 3.) laukut ja Acnen(malli 1.) ja Marnin(malli 5.) kengät sekä Onarin(malli 6.) ja Hereun(malli 4.) asusteet. Esimerkkinä käsittelen jokaisen merkin tuotteita.

Kuvassa (malli 1.) minua kiinnostavat jalkineen pehmeä materiaali ja pohjan melkein hypnotisoiva siulakuviointi. Epäsymmetrinen varrensuu ja päärmeiden merkitys korostuvat tuotteen silhuetissa. Tuote on kiinnostava, ei tylsä. Marnin naisten jalkineessa (malli 5.) pohja materiaali yhdistyy päälliseen kumisaapasmaisesti, sillä kiiltävä materiaali toistuu pohjasta randin kautta päälliseen. Pohjan raskaus tasapainottuu vaalealla sävyllä.

Kiiltäväpintainen päällinen viehättää värillään. Tuote on itsessään tasapainottoman näköinen. Tämä luonnehdinta antaa tuotteelle arvostusta. Tuotteessa on uutuudenviehätystä. Vibskovin kaareva graafinen laukku (malli 2.) on tuotteena taide-esineen näköinen. Funktio ei välttämättä tule ensimmäisenä esille.



Kuva 4. Esimerkituotteet on valittu kuvaamaan contemporary fashion -segmentin ja suunnittelijuuden yhteyttä. Kuvissa esiintyvät Acnen, Henrik Vibskovin, Marnin, LOEWEN, ONARin ja Hereun tuotteet.

LOEWEN jo ikoni- tuotteeksi noussut norsulaukku on hellyttävä ja samalla graafinen sekä jyrkä (malli 3.). Tuote on onnistunut. ONARin kaulus (malli 6.) on esteetikaltaan hyvin yksinkertainen, suoraviivainen, mutta materiaalin orgaanisuus yhdistettynä räikeän teolliseen oranssiin sävyyn tekee tuotteesta houkuttelevan. Yläkulman Hereun (malli 4.) avaimenperä on minimalistinen, mutta samalla vivahteikas. Painoraudalla nahkaan painettu kuvio luo materiaaliin valoja ja varjoja.

Näitä kuutta tuotetta yhdistää puhtaat linjat. Materiaali ei ole runsasta, joka sekoittasi silhuetin selkeät rajat. Jokaisen tuotteen olemus on yksilönä kiinnostava. Esteettinen nautinto syntyy päässäni jokaisen tuotteen osalta. Esteettiset arvomääritelmät ovat kuitenkin toisistaan poikkeavat. Kuvien kaksi ja viisi yhteinen luonnehdinta on outous, Mallin (1.) materiaalivaihtelu luo tuotteeseen jännitettä ja on arvotermiltään kiinnostava. Tuotetta (3.) kuvaa parhaiten sana söpöys. Tuotteita (4.) ja (6.) puolestaan kuvaavat materiaalin ja tuotteen suhde ja sana yksinkertaisuus.

Koen sijoittuvani suunnittelullani enemmän advanced contemporary -segmenttiin. Se lähentelee enemmän designer- ja high- fashion segmenttiä persoonallisuudellaan ja erottuvimmilla ratkaisuillaan. Suunnittelijuus pääsee paremmin esille.

3. ASIAKAS

Asiakas tulee määritellä ennen kuin tuotetta aletaan suunnitella. Asiakasprofiilin perusteella voidaan perusteella tuotteen monia funktioita. Profiloinnin avulla huomioidaan jo alkuvaiheessa asiakkaan tarpeet ja mieliteot, sekä elämäntyyli. Achilles Ion Gabriel toteaa haastattelussa, että tuntematta merkin asiakaskuntaa on hyvin vaikeaa tehdä työtä kyseiselle merkille (Achilles Ion Gabriel 2018). Tarkasti suunniteltu tuote päätyy kohderyhmäasiakkaansa hyllylle helpommin.

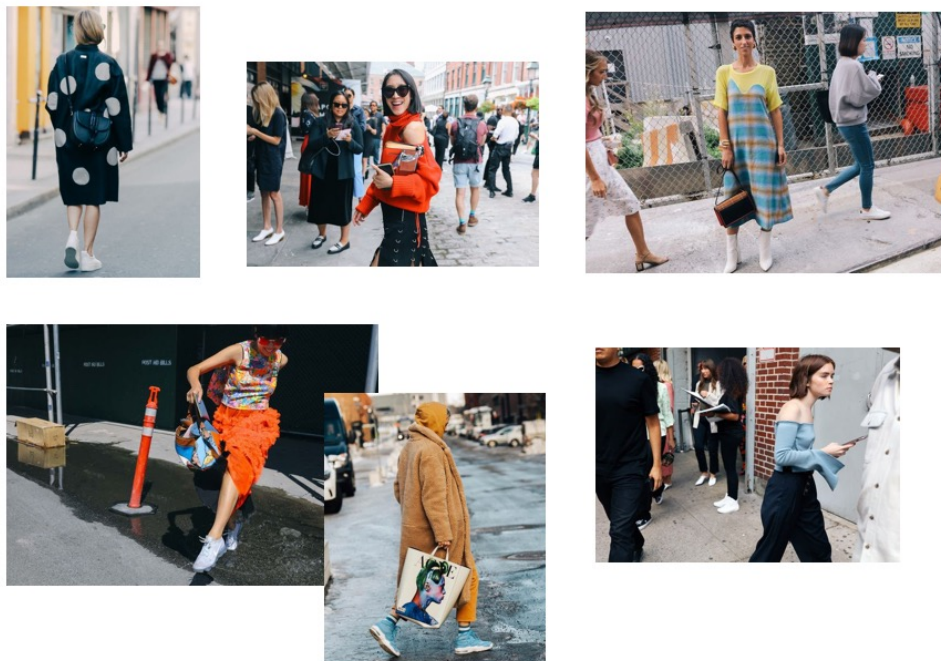
Suunnittelussa tulee asettua asiakkaan asemaan ilman ennako-odotuksia, sillä niitä helposti ja vääjäämättä rakentuu suunnittelijan mieleen prosessin alkuvaiheessa. (Huotari ym. 2000, 16.) Muoti on yksi tärkeimmistä tavoista, jolla ihmiset kommunikoivat keskenään toteaa suunnittelija Vibskov (2018.) Tuotteen symbolinen merkitys nousee esille hyvin useasti puhuttaessa ihmisen omasta tyylistä. Ihmisen omaa persoonallisuutta, sekä tapaa olla ja esiintyä halutaan korostaa sitä tukevalla pukeutumisella. (Kettunen 2001, 17.) Räväkät värivalinnat ja kiiltävä pinnoitteiset kengät puetaan herkemmin ihmisen päälle, joka on esiintymiseltään ja kehonkieleltään aktiivinen. Symbolinen houkuttelevuus siis perustuu ihmisen identiteettiin, sosiaalisuuteen ja persoonallisuuteen (Kettunen 2001, 17.).

Muotituote voi kertoa tyyli suunnan ja sitä kautta käyttäjän arvomaailmasta sekä materiaali voi puolestaan viestiä varallisuudesta. Selkeillä symboleilla, kuten logoilla on suuri merkitys muotituotteen visuaalisessa viestinnässä. (Kettunen 2001, 17.) Easeyn (1995) ja Anspachen (1967) mukaan muodin piirteitä ovat aikaansa heijastuvat käsitykset iästä, identiteetistä, persoonallisuudesta, elämäntavasta tai asenteista. (Nuutinen, 2004, 69) Contemporary fashion -tuote voi viestiä trendikkyydestä, rohkeudesta ja kulttuurin merkityksestä ihmisen elämässä.

3.1. Contemporary fashion -segmentin asiakas

Contemporary fashion -asiakaskunta on laaja. Asiakas voi olla alle 20-vuotias tai 65-vuotias trendejä seuraava kuluttaja. Kohderyhmän edustajia yhdistää rohkeus erottua joukosta ja itseilmaisun tarve vaatteiden ja asusteiden avulla. Achilles Ion Gabriel toteaa, että contemporary fashion -segmentin asiakas ostaa muotia impulsiivisesti. Asiakkaat ostavat tuotteita tältä segmentiltä, sillä pitävät oivalluksista ja alkuperäisistä ideoista, joita ei näy fast fashion segmentin tuotteissa. (2018.)

Kuvasarja katutyyleistä on koottu Vogue-verkkojulkaisujen muotiviikkojen katutyylis osioista. Valittuja kuvia yhdistää räväkkyys ja kirkkaat värit. Kunkin persoonan tyyli on erottuva ja kekseliäs. Nämä kuvat edustavat contemporary fashion -asiakasta.



Kuva 5. Vogueen Katutyylilikuvat kertovat millainen on mahdollinen contemporary fashion -segmentinasiakas. Kuvissa esiintyy merkkejä nimeltä Acne, Aalto International ja Loewe.

3.2. Butterfly Effect- malliston asiakas

Butterfly Effect -malliston asiakaskunta sijoittuu iältään 25-75 vuotiaiden väliin. Iällä ei ole merkitystä ostajakunnassa, sillä kullakin ostajalla on oma tyylinsä ja tarpeensa ilmaista itseään persoonallisilla jalkine- tai asustevalinnoilla. Asiakas asuu mahdollisesti suurkaupungissa, esimerkiksi Pariisissa tai New Yorkissa, Tokiossa tai Moskovassa. Asiakas luottaa tuotteen laadukkuuteen ja haluaa, että hänen ostamansa tuotteet sopivat moneen tilanteeseen.

Esimerkkiasiakas Marie (asiakas 1.) on 65-vuotias pariisilainen taiteilija (katso kuva 6). Hän käy useissa alan tapahtumissa, sekä viettää aikaa kahviloissa. Tärkeitä tuotteen ominaisuuksia hänelle ovat pitkäikäisyys niin esteettisesti, että laadullisesti. Kuitenkaan hänellä ei ole varaa ostaa täysin mittatilauksella tehtyjä tuotteita, eikä luksussektorin arvoisia jalkineita ja asusteita. Kuitenkin hän haluaa, että suunnittelijan idea ja sanoma tulee tuotteessa esille. Hän ihailee nuoria pukeutujia. Hän kokee rohkeana pukeutujana hänelle ominaiseksi markkinasegmentiksi advanced contemporary fashion -segmentintuotteet.



Kuva 6. Asiakasprofiili 1. (Marie 65.)

Esimerkkiasiakkaan 1. harrastuksiin kuuluu perhoset, valokuvaus, matkailu sekä politiikka.

Esimerkkiasiakkaat Bea ja Hay Lin ovat 33-vuotiaat ystävykset Tokiosta (katso kuva 7). Alkuperäisesti Yhdysvalloissa syntyneet ystävät matkustavat paljon. He työskentelevät suurelle maailmanlaajuiselle kulttuurijärjestölle ja kiertävät luennoimassa ympäri maailmaa.

Heidän arvoihinsa pukeutumisessa kuuluvat nopeus, helppous ja monikäyttöisyys. He innostuvat materiaalien vaihteluista sekä väreistä ja haluavat erottua joukosta. Advanced contemporary fashion -segmentti tarjoaa heille laajan valikoiman tuotteita jalkineita ja asusteita, jotka kokonaisuudessaan luovat hyvän hintalaatusuhteen.



Kuva 7. Asiakasprofiilit (2. ja 3. Bea ja Hay Lin) Esimerkkiasiakkaiden harrastuksiin kuuluu valokuvaus, surffaus, elokuvat, konsertit, muotiblogin pitäminen, taidenäyttelyt ja joga.

5. BUTTERFLY EFFECT -MALLISTON SUUNNITTELU

Jokaisen suunnittelijan prosessi toimii eri tavalla, mutta luovan ihmisen kykyjä yhdistävät kuitenkin samankaltaiset ominaisuudet. Guilford (1959) on listannut seuraavat ominaisuudet: ”ongelmaherkkyys, ideasujuvuus, omaperäisyys, uudelleen määrittelykyky, viimeistelykyky, vähäisten alku-ärsykkeiden havainnointi ja kehittäminen, sekä syntetisointikyky”. (Kettunen 2001, 40.) Suunnitteluprosessi pitää sisällään monia vaiheita, joihin hyödynnän muotoilijan ominaisuuksia.

5.2 Inspiraatio

Inspiraatiossa on kyse uteliaisuudesta. Muotoilijat seuraavat ympärillä liikkuvaa maailmaa keräten oivalluksia taiteesta, lehdistä ja verkkolähteistä. (Choklat 2012, 56.) Anttilan (1998) mukaan teoksessa Edelläkävijät tuotesuunnittelijalla ja luovalla muotoilijalla on mahdollisesti ominaisuus havaita omia intuitiivisia intressejään ja käyttää niitä hyväkseen tuotesuunnittelussa. Intressit ovat kokemusperäisiä, elämyksellisiä ja subjektiivisia suunnittelijan tuntemuksia. (Nuutinen 2004, 37.) Inspiraationsa tuotteisiin suunnittelijat saavat eri lähteistä. Suunnittelija Kostas saa inspiraationsa esimerkiksi musiikista ja orgaanisten ja futuristien elementtien suhteesta. (2018.) Achilles Ion Gabriel kertoo inspiroituvansa tällä hetkellä urheilulajeista ja taiteesta. (2018.)

Kerään muotoilijana inspiraatiota ympäriltäni. Inspiraatio ei ole liitoksissa tiettyyn aikaan. Se on elämäkokemuksieni summa, jossa tarkastelen oivalluksiani ja mielentilojani yhdistellen minua kiinnostavia elementtejä. Olen saanut inspiraationi mallistooni perhosen siivenisku teoriasta. Viralliselta nimeltään kaaosteoria on filosofinen määritelmä ajatukselle, miten kaikki liittyy kaikkeen. Meteorologi Edward Lorenz huomasi yksinkertaisen lämmön konvention olevan luontainen olosuhde. Hän antoi teorialle nimeksi perhosen siipiteoria, sillä hänen havainto kiteytyy esimerkkiin, jossa pelkästään hento perhosen siiven liike voi vaikuttaa säätiloihin. (The Editors of Encyclopaedia Britannica, n.d.) Kun perhosen siivet hakkaavat toisiaan vasten maapallon läntisellä pallon puoliskolla on tällä vaikutus maapallon itäisen puolen hyökyaaltoihin.

Teoria inspiroi minua sen vaikuttavuudellaan. Kaikella on yhteys kaikkeen. Kun piirrän paperille viivan, aiheuttaako sen maanjäristyksiä merenpohjassa, vai positiivisia perhosia vatsassa? Saako viiva paperilla aikaan myrskyjä, vai rauhaa? Rakkautta, vai orjuutta? Kysymykset ovat suuria ja lähentelevät kysymystä elämän tarkoituksesta. Jos paperille piirtämäni viiva aiheuttaa olemassa olollaan jotakin, onko parempi olla piirtämättä viivaa? Jos tekemättä jättäminen määritellään teoksi, saako se aikaan jotain muuta?

Pohdin valintojeni merkityksiä Butterfly Effect -mallistoni kautta. Malliston muotokieli, värit ja lopullinen kokonaisuus ovat lopputulos kaaosteorian ja ihmisen ominen käytösmallien ja elämänvalintojen pohdiskelulle. Pun-

taroin millainen viiva ja muoto aiheuttaisivat hyvää energiaa tuotteidensa käyttäjille.



Kuva 8. Inspiraatiokartta kuvaa kaaosteorian vaikuttavuutta.

Kuvituskuva kertoo muodoilla ja liikkeellään kaaosteorian yllätyksellisyydestä ja suuruudesta. Ensimmäinen ruutu viittaa maailmaan, pieniin tekoihin, jotka yhdessä muodostavat suuren ketjun. Kuvasarja jatkuu ottaen ihmiset mukaansa symboloimaan omien tekojensa tärkeyttä. Kolmas pystymäinen kuva kuvastaa aikaa tiimalasin muodossa. Viimeinen kuva selittää teorian kaavamaisuutta. Värimaailmassa on yhtäläisyyksiä trendiennusteisiin.

Puran tunteeni ja ajatukseni paperille tuotteiden muodossa. Malliston luonnosvihkoon syntyy teemaa kuvaavia pintoja, muotoja ja asetteluita. Vastakohtaisuuden, pienen perhosen siipien iskun ja suuren maailman katastrofin välinen ero on suuri. Ero rakkauden ja vihan välillä on suuri. Näitä eroja pyrin todentamaan mallistoni avulla.

Sana kaaos ja sen monivivahteinen sävy kuvastavat omaa luomisprosessiani. Näen kaaoksen positiivisena luovana kaaoksena sekä negatiivisena uhkaavana kaaostilana, haluamatta arvottaa näitä tunnetiloja hyväksi tai pahaksi.

5.3 Trendit

Trendien tärkeys näkyy contemporary fashion -segmentissä (Achilles Ion Gabriel, 2018). Mallisto Butterfly Effect pohjautuu myös selkeästi muodin vaihtuviin virtauksiin. Asiakkaan ostomieltymyksiin vaikuttaa maailmalla vaikuttavat trendit ja suuret linjat, jotka toistuvat sykleittäin uudella särmällä.

Contemporary fashion -asiakaskunta seuraa trendejä, mutta muokkaa omaa pukeutumistaan oman persoonallisuutensa ja identiteettinsä pohjalta. Käyttäjä ei pukeudu kuin pikamuodin ostajakunta, joka ostaa ja kuluttaa nopeasti halvalla, välittämättä laadusta. Contemporary fashion on

kalliimpaa markkinasegmenttiä ja erottuu harkitummalla suunnittelulla ja kalliimmilla materiaaleilla pikamuodista. (We connect fashion n.d.) Butterfly effect- mallistoa luodessa ja ideoidessa on seurattu tulevia trendinusteita tulevalle syys—talvisesongille 2019–2020.

5.3.1 Trendit syys-talvisesongille 2019/2020

Alla oleva taulukko kuvaa syys—talvi 2019–2020 sesongin jalkine- ja asustemateriaaleja. Taulukossa kerrotaan, kuinka monta kertaa kyseinen materiaali mainittiin WGSN- ennuste sivuston tulevaisuus näkymässä (Hudson. 2017). Aineistossa mainittiin useimmin sana mokka. Visuaaliset ennusteet syys—talvisesongille 2019–2020 ovat pehmeän mokaan peittämät. Vastakohtaisuus nousee esille saman sivuston ennusteista. Materiaalitaulukosta huomataan, että seuraavaksi useimmin aineistossa ovat toistuneet sanat polyuretaanipäällysteinen nahka ja pehmeäpolyuretaanipäällysteinen nahka. Samalla tasolla taulukossa ovat esiintyvyytensä perusteella korkeakiiltainen nahka. Tulevassa sesongissa esiintyy paljon vaihtelevuutta materiaalien välillä.

Materiaali	mainittujen kertojen määrä	
Polyuretaanipäällysteinen nahka	2	
mokka	4	
pehmeä Polyuretaanipäällysteinen nahka	2	
korkeakiiltainen nahka	2	
kuvioitu nahka	1	
koristeellinen kudomsteriiali	1	
kuvioitu fleece	1	
satiini tai silkki	1	
materiaali yhdistelyt	1	
synteettinen nylon	1	
venyvä nahka	1	
strukturoidu Polyuretaanipäällysteinen nahka	1	

Taulukko 1. Materiaalikoonti kuvaa tulevia materiaaliennusteita sesongille syys—talvi 2019—2020.

Kuvamateriaaleista voidaan todeta, että sesongin asusteissa on käytössä päällekkäisiä materiaaleja. Esimerkiksi mokka- ja kiiltonahkaa tullaan käyttämään samassa tuotteessa. Tämä korostaa orgaanisten ja teollisten materiaalien eroja. Pintastruktuurit synteettisissä materiaaleissa luovat vahvaa linjaa sesongin muotituotteille. Esimerkiksi jäljitely alligaattorin nahka kohtaa ennusteissa synteettisen fleecen.

Strukturoidut elementit ja kiiltävät pinnat luovat mielenkiintoa ja muistutavat yhdeksänkymmentäluvun ja 2000-luvun alun materiaaleista, jotka ovat olleetkin edellistenkin lähisesonkien suurena nostona menneisyy-

destä. Trendien monimuotoisuus ja rikkaus välittyvät WGSN:n syys-talvi 2019–2020 sesongin jalkineiden kärkikaartista. Kuvakoonnit sisältävät eri tilaisuuksiin, eri koron korkeudella, lestillä ja yksityiskohdilla varustettuja piirroskuvia.

Design Development — Range Plan



Design Development — Range Plan



Kuva 9. Jalkine-ennusteet kertovat tulevasta kauden trendeistä. Kuvassa näkyy sesongille ominainen muotokieli. Pyöreät jalkineiden kärjet, korot, ja naisellisuus ovat sesongille ominaisia piirteitä.

Yhtenäistä linjaa on vaikea hahmottaa. Viittauksia silhouetteihin ja muotokieleen on haettu jälleen menneisyydestä. Mallin (12.) Monster Platform jalkineen pohja muistelee yhdeksänkymmentä lukua ja milleniumin alkua Sen derby- ja chukka-jalkineen (Shoe design, a handbook for footwear designers 2016, 94, 122) rakenteellinen sekoitus tuo muotokieleen mielenkiintoa. Kenkämalli (7.) puolestaan hakee tyyliä neljäkymmentäluvun kävelykengästä. Kaikista esimerkeistä löytyy kuitenkin 2010- luvun ja tulevan syys—talvi 2019–2020- ajan henki. Neljä kolmestatoista piirroskenkäennusteesta ovat palikkakorollisia. Kaksi kolmestatoista ovat korotettuja sileäpohjaisia tennareita, ja loput stiletto- ja pompadur-korollisia jalkineita.

Varrenkorkeuksia on useita, mutta voidaan huomata, että pitkään vallalla ollut korkeavartinen derby-nilkkuri ei ole mukana kärkikoonnissa. Puolestaan mukana on (malli 12.) paksupohjainen, matalavartinen kävelykenkä. Nilkkakenkiä edustaa sukkamainen, mantelikärkinen pompadurkorollinen jalkine (malli 5.) ja (malli 13.) korkeavartinen tennari. Globaali käyttäjä voi pukea jalkaansa, myös kävelykengät syystalvi-säillä. Kuitenkin nilkkakenkävariaatioiden vähyyys ihmetyttää. Vaikka kyseessä on syystalvisesonki, avokkaiden ja korollisten sandaalien rooli koonnissa on merkittävä. Ennusteissa näyttävänä osana ovat korkeakorkoiset, pitkävartiset saappaat. Ennusteiden piirroskuvat painottavat manteli-, ja teräväkärkisiä muotoja. Rennommat ja ronskimmat lestit ovat jätetty sivuun. Yhteenvetona kuvista huokuu perinteinen naisellisuus.

Laukkujen osalta ennusteet ovat täynnä monimuotoisuutta. Inspiraatiota on haettu 1960–1970-luvuilta, sekä 2000-luvun alusta. Piirroskuvista löytyy hihnallinen pikkulaukku (malli 1.), helmikoristeinen kantokassi (2.) ostokassi (malli 6.) sekä rumpu-laukku (malli 7.). Laukkuenusteet sisältävät klassisia, vintage-tyylille ominaisia muotoja. Yksinkertainen hihnallinen pikkulaukku saa uuden ilmeen strukturoidulla materiaalilla. Pehmeät materiaalit saavat näyttävämmästäkin laukusta rennon ja tyylikkään. 2000-luvun alun olennainen vyölaukku esiintyy syystalvi 2019–2020 sesongilla myös naisten työvaatepukeutumisessa. Katutyylille ominainen tuote on muovattu materiaalivalinnollaan ja muodollaan eri tilanteeseen sopivaksi. (WGSN, 2018)

Design Development — Range Plan



Kuva 10. Laukkunenuste kuvaa tulevan syystalven 2019-2020 laukkujen muotokieltä.

Suuret pehmeämateriaaliset ostokassit ja kantokassit miellyttävät jatkosakin helppoudellaan. Mittasuhteeltaan suuret laukut herättävät myös huomiota esittävien hahmolaukkujen ohella, joita tullaan näkemään juhlatilaisuuksissa. Vaikka pehmeys onkin ennusteiden mukaan avainsana, on geometriset muodot myös yleisiä. Rummun muotoinen arkilaukku ja metalliketjuinen rannelaukku kertovat vastakohtaisuuden merkityksestä

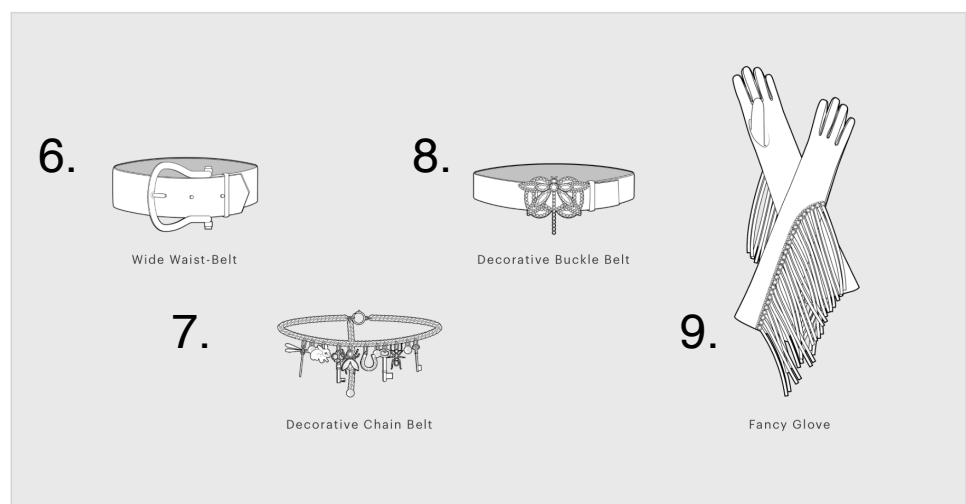
myös laukkujen suunnittelussa. Sesongin laukuissa tavoitellaan leikkisyyttä ja yksilöllisyyttä, mutta samalla monikäyttöisyyttä.

WGSN- sivuston saman sesongin asuste-ennusteissa, päähine, huivi ja vyö- ennusteet ovat hovin koristeellisia ja yksityiskohtaisia. Hapsuja esiin-tyy huivissa (1.), pääpannassa (3.), stoolassa (5.) sekä hanskoissa (9.) Hatut muodostuvat kolmiomaisesta rakenteesta. Hattuja yhdistää nappi päälaella. Väiden soljet ovat näyttäviä ja koristeellisia. Asusteiden muotokielessä on luvassa esittävä hahmomaaisuutta kuten korkojen ja laukuissakin. Vyö (7.) on täynnä esittäviä, mahdollisesti metallisia elementtejä.

Design Development — Range Plan



Design Development — Range Plan



Kuva 11. Asuste-ennusteet kuvaavat 2019-2020 syystalvisesongin tuotteita.

Trendikarttojen tulkinnan jälkeen valitaan Butterfly Effect -mallistoon ja suunnittelijaidentiteettiin sopivat elementit, rakenteet ja muotokieli (kat-

so kuva 12). Ajalle ominainen saapikkaan silhuetti (malli 1.) nauhoineen tuo mallistoon vaihtelevuutta. Monster platform (malli 12.) on kiinnostavan raskas ja asenteellinen elementti malliston ilmeeseen. Laukuista valitsin näyttävän ja matkaajalle sopivan valtavan ostoskassin. Rumpu-laukku viehättää silmääni geometrisellä muodollaan (malli 5.). Se on helppo, ja trendikäs valinta advanced contemporary fashion -malliston ilmeeseen. Näitä silhouetteja sovellan oman mallistoni suunnittelussa. Pehmeissä asusteissa kiehtoo materiaalin orgaaninen ilme.



Kuva 12. Trendikoonti sisältää trendiennusteiden suosikkimallit.

Tuote-ennusteiden ja materiaalikatsauksen jälkeen keskityn selkiyttämään WGSN- verkkosivuston väriennusteita. Värit ovat ajalle ominainen piirre. Guerin (1987) ja Fringsin (1982) mukaan värit herättävät kiihkeää keskustelua trendien vaihtuessa. Värikartta luodaan edesauttamaan suunnitteluprosessia. Hypoteettinen kartta luodaan, ennen materiaalien varmistamista esimerkiksi Pantone- värikarttoja käyttäen. (Nuutinen, 2004, 108.)



Kuva 13. WGSN-väriennusteet on ryhmitelty teemoittain.

WGSN- trendiennustesivuston väriennusteet on koottu kolmeen taulukkoon tunnelmien ja inspiraation, sekä tyyli-suuntien perusteella. Taulukoista löytyy värikartoille olennaisia ominaisuuksia, joita ovat perusvärit, vaaleat pastellisävyt, tummat pastellisävyt, kontrastivärit, mustat ja valkoiset sekä urheilulliset värit. (Nuutinen, 2004, 109.) Värien merkitys korostuu tämän hetken muotivirtauksissa. (Achilles Ion Gabriel 2018)

WGSN:n värikartat yksin eivät inspiroi minua. Kokosin oman trendikarttani ja poimin innostavat värit ennusteista ja joiden uskon toimivan contemporary fashion -segmentin jalkineissa ja asusteissa. Contemporary fashion -segmentille luonnollista ovat räväkät ja erottuvat väriyhdistelmät, niin kuin aiemmin ollaan todettu. Rohkeat värit toimivat parhaiten aksenttina tuoden tuotteeseen särmää.



Kuva 14. Trendikartta kokoaa yhteen värit ja trendiennusteet.

Trendikartta koostuu inspiraatiokuvista, joiden elementit kuvastavat tulevan syys-talvi-sesongin henkeä. Trendikarttaan on poimittu jalkine ja laukkumalleja joiden muotokieli ja rakenne on yhteydessä trendiennusteisiin. Vahvana elementtinä myös luomassani trendikartassa on materiaalien polyuretaanipinnoitus, sekä orgaanisemmat, pehmeät pinnat.

Trendikartan jalkineissa toistuu ennusteiden pitkät nauhoitukset, pyöreät ja mantelinmuotoiset kärjykset ja jalkineen koronkorkeuden vaihtelut. Laukkujen osalta trendikarttaan on valittu esittäviä ja rakenteeltaan yllättäviä tuotteita. Laukkujen muotokieli inspiroi uutuudenviehätyksellään.

Värimaailma on koottu WGSN-sivuston väriennusteista, sekä oman intuition luomista vahvoista väreistä. Perusväreinä kartassa näkyvät tiukka tai-

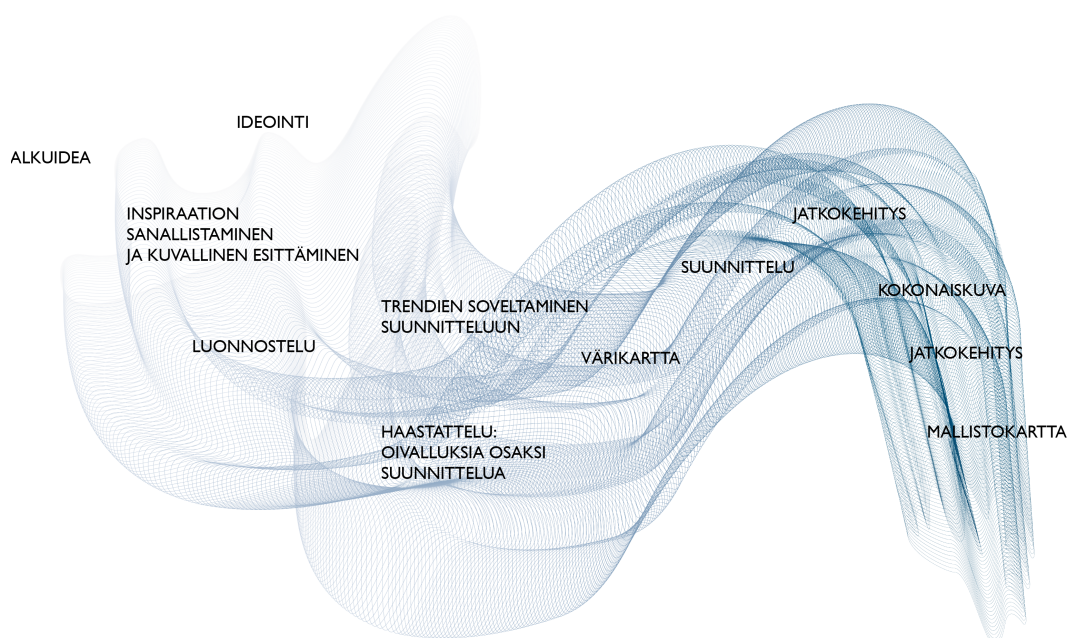
vaan sininen, kirkas punainen, ja murrettu sinapinkeltainen. Vaaleita pastellisävyjä edustavat vaalea havunvihreä, joka taittaa mintun sävyyn. Pieni määrä vaaleaa keltaista tuo raikkautta palettiin. Mustat ja valkoiset luovat ryhtiä ja tuovat edukseen trendikartan olennaiset sävyt.

Trendikartta osana prosessia ja suunnittelun lähtökohtia on visuaalinen prosessin käännekohta. Kartta yhdistää markkinasegmentille ominaiset piirteet ja kokoaa sesongin trendit ja värit yhdeksi kokonaisuudeksi.

5.4 Prosessikaavio

Prosessikaavio kuvaa suunnittelun vaiheita alkuideasta lopputulokseen. Kaavion aaltomaisuus kuvaa suunnittelun luonnollista eteenpäin kulkua. Ohut ja hento rakenne kuvastaa suunnittelun haurautta ja verkkomainen rakenne joustavuutta. Suunnittelun eri vaiheissa yllättävätkin asiat vaikuttavat suunnitteluun positiivisesti kuin negatiivisestikin. Prosessikaavio on siis joustava kuten suunnitteluprosessinikin.

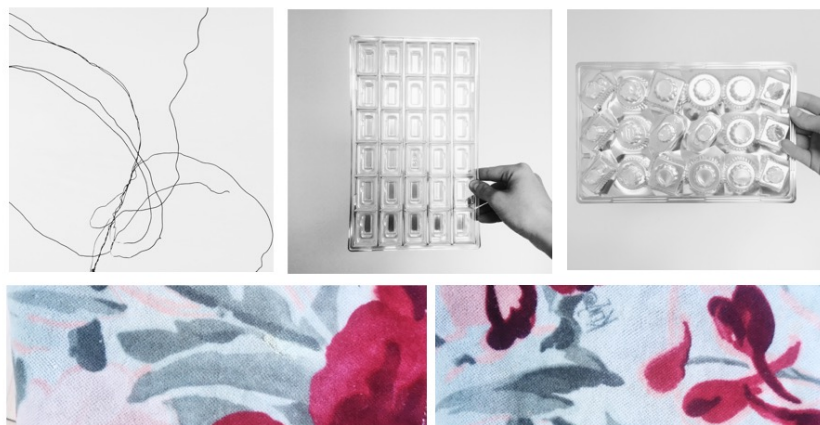
Prosessi alkaa alkuideasta ja jatkuu ideoinnin, kuvittamisen ja sanallistamisen kautta trendeihin. Luonnoksia syntyy jatkuvavasti. Prosessissa asiantuntijahaastattelujen vastaukset ovat osana suunnittelua. Värikartta laaditaan trendien ja inspiraation pohjalta. Jatkokehitysten kautta mallisto saavuttaa kokonaisuuden, jota hiomalla saadaan yhtenäinen mallistokartta.



Kuva 15. Prosessikaavio kuvaa suunnittelun kulkua lopulliseksi mallistoksi.

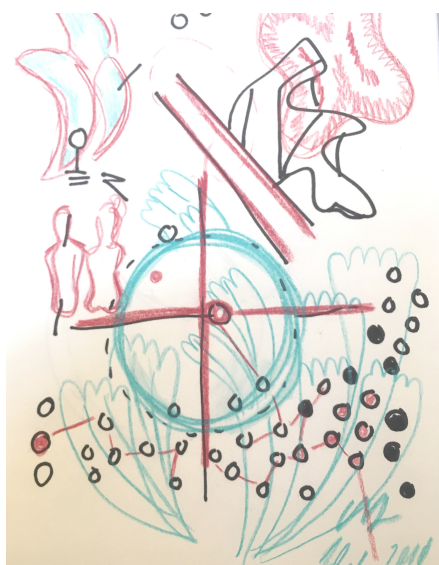
5.5 Ideointi ja luonnostelu

Suunnittelun alkuideointi tuotti alustavan inspiraatiokartan, jossa esille tulivat kiinnostavat pinnat, muodot ja valitut inspiraatiovärit. Kuvakoonttiin keräsin inspiroivia esineitä ja elementtejä, joihin olen palannut useasti viime syksyn ja talven aikana. Koonnissa mukana ovat suklaarasian pakkausmateriaalit, joiden muotokieli ja pinnan heijastava olemus ovat vaikuttaneet minun suunnitteluuni.



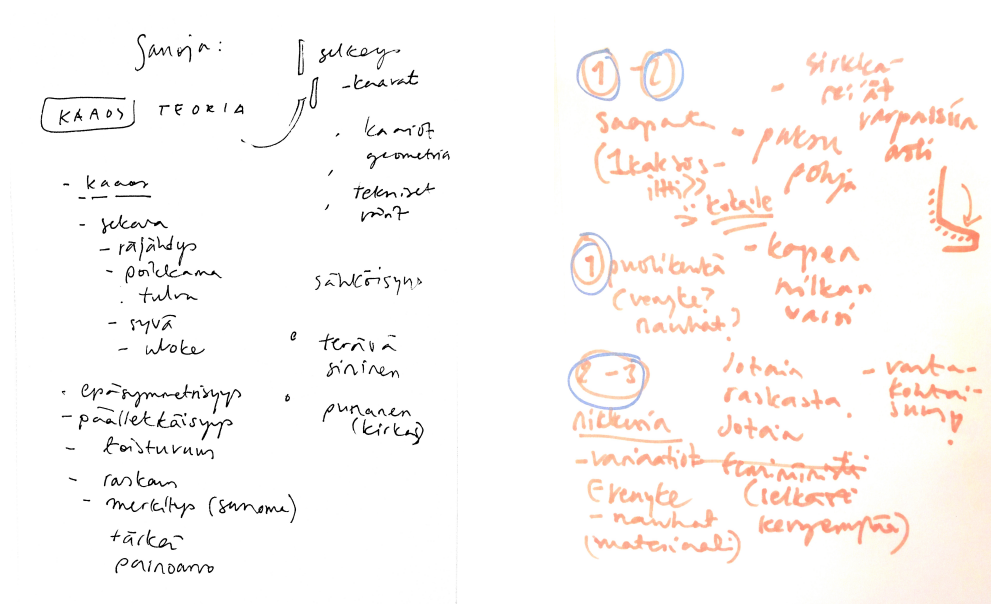
Kuva 16. Alustava inspiraatiokartta koottiin arjen ja elämän esineistä.

Inspiraatiokartan pohjalla ovat värit, harmahtava havun vihreä ja syvä viininpunainen. Tämä väriyhdistelmä on peräisin Kenzon hameestani, jonka olen säästänyt 2000-luvulta. Samojen värien paluu näkyy verkkojulkaisujen värikartoissa. Pehmeä sametti ja kova kiiltävä pakkausmateriaali ovat olleet vaikutteina väri ja materiaali-inspiraatiolleni koskien Butterfly Effect-mallistoa. Yläreunan hento solmu on valokuva kesältä 2017. Tämä otos kuvaa kaaosta. Nämä kolme elementtiä kokoavat alkuinspiraation kuvina pohjustamaan suunnitteluprosessin ideointia ja ensimmäisiä vaikuttavia tekijöitä.



Kuva 17. Kuvallinen luonnostelu synnytti merkittäviä muotoja ja suuntaviivoja malliston visuaalisuuteen.

Suunnitteluprosessi lähti liikkeelle oivalluksen tunteesta. Kaaosteoriaa tutkiessa syntyi muotoja, värejä ja mielikuvia, jotka todennettiin kuvina paperille. Ensimmäinen vaihe on tärkeä suunnittelijaidentiteetin ja omakohtaisuuden vuoksi. Suunnittelijoiden ideat eroavat tässä suunnittelun vaiheessa toisistaan. Kaikki käsittelevät inspiraatiota eri tavalla ja työstävät ajatuksia minuuteista kuukausiin ja luonnostelevat eri tekniikoita käyttäen. Luonnostelin paperille puukynillä ensimmäiset mielikuvat kaaosteorian pohjalta. Kuvassa esiintyy kaavamaisia muotoja, jotka yhdistyvät toisiinsa pienillä viivoilla. Kaksi pientä ihmistä kuvaavat ihmisten tekoja ja valintoja. Yleinen tunnelma kuvassa on sekava, mutta se koostuu tutuista geometrisistä muodoista ja kuva-aiheista, hahmoista ja perhosen siivistä.



Kuva 18. Sanallinen luonnostelu auttaa kokonaiskuvan luomisessa.

Inspiraation analysointi tapahtui myös sanallisesti. Kaaos- teorian ja muotojen hahmottaminen ja mielikuvien kirjoittaminen auttoi suunnittelussa. Listassa esiintyy assosiaatiota sanalle kaaos ja teoria. Esimerkiksi Tulva, syvä, poikkeama, epämääräisyys, päällekkäisyys kuvaavat mielikuviani kaaoksesta. Sanalle teoria assosioin sanoja: kaaviot, selkeys, geometria, tekniset värit, sähköisyys. Näitä sanoja listaamalla hahmotin selkeämmin malliston visuaaliset elementit.

Jalkinesuunnittelu lähtee liikkeelle lestistä. (Choklat 2012, 40) Lestin siluetin päälle varioidaan ideoita. Lestiksi valitsin lestin sarjanumerolla P4060 R2. Lesti on kuvattu Pariisissa 30.6.2016. Lesti on puolikenkälesti. Se toimii myös nilkkakenkien ja saapikkaiden suunnittelusta. On kuitenkin huomioitava lestin nilkan suoristus jalkineita piirtäessä. Tuotannossa

lestiä tulisi muokata saapaslestiksi. Luonnoskirjani täyttyi suuresta määrästä lestien silhouetteja ja todensin ideoita niiden päälle piirtämällä. Muotokieli ja sanat esiintyvät kenkien ilmeessä. Valitsin trendiennusteista valittuja elementtejä, joita sovelsin omaan suunnitteluuni.

Asiantuntijahaastattelua uudelleen lukemalla luonnostelun lomassa nostin esille yhden kysymyksistä ja molempien asiantuntijasuunnittelijoiden vastaukset. Kysymykseni millainen on kiinnostava tuote, herätti useita oivalluksia. Kostas nostaa esille tuotteen monikäyttöisyyden. ” Ihmiset metropoleissa eivät ehdi käydä kotona vaihtamassa vaatteita juhliin mennessä. Toisin sanoen saman asun pitää toimia pitkin päivää, eri tilanteissa”. (Kostas, 2018) Asusteiden kohdalla tuotteiden tulee olla helppoja yhdistellä. Selkeälinjaisuus on etu arkipukeutumisessa, kuin juhlapukeutumisen osana.



Kuva 19. Suunnittelu prosessissa luonnokset on piirretty luota kannannan aina laukussani.

Jalkineiden tulee olla mukavat jalassa ja niiden tulee olla kelvolliset erilaisiin käyttötarkoituksiin, kuten pitkään seisokeluun, kävelyyn ulkona tai sisätiloissa. Vaikka mallisto suunnitellaankin syys-talvi- sesongille on mallistossa oltava kevyempiä jalkinevaihtoehtoja materiaaleiltaan ja malleiltaan. On huomioitavaa, että saappaiden ja nilkkakenkien ohella näkyy myös puolikenkiä syys- ja talvisesonkien katukuvissa.

Laukkujen muotokieli muovaantui trendiennusteista ja inspiraatiokartan kuvista ja muodoista. Laukkujen suunnittelussa tulee ottaa esteettisten

arvojen lisäksi huomioon funktionaalisuus. Laukkua avataan ja suljetaan useasti päivän aikana ja sinne tulee mahtua ostokset tai vain pelkästään välttämättömät perustarpeet kuten lompakko, puhelin ja avaimet. Laukkujen visuaalinen ilmeeseen sekä rakenteeseen on mahdollista vaikuttaa näkyvämmiin kuin jalkineiden osalta.

Pehmeiden asusteiden muotokieleen hain vaikutteita trendiennusteista, jotka nousivat milleniumin tyyli suunnista. Suunnittelin vaihtoehtoisia kaulahuiveja ja kaulureita, mutta päädyin kaulurimaiseen tuotteeseen. Hattujen osalta koin tärkeäksi sen yhteensopivuuden kaulurin kanssa. Materiaalivalinnoilla on merkittävä rooli yhtenäisen ilmeen saavuttamisessa.

Estetiikan kautta Kostas kuvailee kiinnostavaa tuotetta tottumuksia ja kaavoja rikkovaksi. Tärkeänä hän pitää myös tuotteen viestintää. Tuotteen tulee tukea käyttäjän persoonallisuutta. (Kostas 2018.) Achilles Ion Gabriel puolestaan toteaa, että tuotteen tulee olla samalla kiinnostava ja puhdas. Tuotteen hintalaatusuhteen hän kokee myös merkittäväksi. (Achilles Ion Gabriel, 2018.)

Suunnittelussa nostin esille yllätyksellisyyttä. Jalkineiden suunnittelussa rikoin rakenteen visuaalisuutta, mikä on suunnittelulleni ominaista. Vaikka jalkineet valmistetaankin valitun rakenteen pohjalta, ei perinteinen rakenteellisuus näy jokaisessa suunnittelemani kenkäparissa. Tämä tulee ilmi omassa suunnitteluprosessissani. Ideoin tuotteita aluksi ilman, että ajattelen rakenteita tai kaavoja, sillä ne rajoittaviksi suunnittelun alkuvaiheessa. Vasta jatkokehityksen jälkeen palaan analysoimaan millä päälliskappaleen rakenteella piirtämäni jalkinemalli tulisi helpoiten valmistaa.

Mallistoa kehitettiin vaiheittain. Luonnoksista valittiin muutamia jalkineita ja laukkuja sekä asusteita ja niitä väritettiin tietokoneella trendikartan värein. Tässä vaiheessa tuli pohtia, minkä värisiä materiaalit olisivat ja miten ne sopisivat tuotteen muotokieleen. Vaikka Butterfly Effect -malliston suunnittelu ei pohjaudukaan markkinoiden todellisiin materiaaleihin, pyrittiin luomaan kuva aidosta materiaalin tunnusta mallistokartan tuotteista.

Trendiennusteiden perusteella materiaalien vaihtelevuus on syys-talvi 2019–2020 sesongin merkittävä ominaisuus. Materiaaleiksi valitsin jalkineisiin mokkanahkaa, polyuretaanipäällysteistä nahkaa ja puuvillasta valmistettua joustoneuletta. Laukkuihin valitsin sileää nappanahkaa ja lampaankarvaa, sekä mokkanahkaa. Suunnitteluprosessissa tietokoneen Adobe Illustrator-ohjelman käyttö auttaa kokonaiskuvan hahmottamisessa. Selkeälinjaiset väritetyt silhuetit laukuista, jalkineista ja asusteista muodostuvat yhtenäiseksi kokonaisuudeksi.

6. MALLISTO

Lopullinen mallisto valmistui useiden suunnitteluprosessin vaiheiden kautta. Butterfly Effect -mallisto koostuu viidestä jalkineesta ja kahdesta laukusta, sekä kaulurista ja hatusta. Syys—talvi 2019–2020 sesongille suunniteltu contemporary fashion -mallisto on muotokieleltään ja väreiltään räväkkä ja vivahteikas.



Kuva 20. Mallisto Butterfly Effectin tuotteet on nimetty perhoslajien mukaan.

Jalkineita yhdistää sama lesti. Kolme jalkinetta seisovat traktori-pohjaisen matalakorollisen pohjan päällä. Kolmessa ensimmäisessä jalkineessa on sitruunankeltainen randi. Kaksi viimeistä jalkinetta seisovat urheilullisemman, mutta korollisen pyöreäreunaisen pohjan päällä. Randina pehmeäpohjaisissa jalkineissa on käytetty väreinä viininpunaista ja harmahtavaa havun vihreää.

Ensimmäinen ja neljäs jalkine vasemmalta ovat muotokieleltään lähellä toisiaan. Kapeavartisen nilkkurin ja matala puolikengän päällisen reunakappale on koottu samasta kaavasta. Nilkkurin yksityiskohtina ovat viininpunainen nauhoitus ja rakenteelle epätyypillinen kaksoisiltti.

Vasemmalta katsottuna toista ja kolmatta jalkinetta yhdistää pohjan lisäksi rakenteen sandaalimainen päällinen. Etupäälliseen muotoa antavat päkiän yli kulkevat remmit. Havunvihreän nilkkakengän tarrakiinnitys mahdollistaa nopean puettavuuden. Ruskean saapikkaan päällisen rakenne koostuu avokasrakenteesta, joka on yhdistetty tummaan varteen. Jalkineessa on piilovetoketju.

Viimeinen havunvihreä saapikas sisältää saman avokasrakenteen, johon varsi yhdistyy derby-rakennetta käyttäen. Jalkineen aksenttiväriksi on valittu viininpunainen nauhoitus. Varren etukappaleeksi on lisätty erillinen panssarimainen kappale. Jalkineessa on piilovetoketju.

Materiaaleiltaan malliston jalkineiden materiaaleissa on huomioitu trendiennusteista noussut materiaalien vastakohtaisuus. Tumma ruskea mokkapäällinen yhdistää puolikenkää, kaksoisilttinilkkuria ja ruskeaa saapikasta. Havunvihreä polyuretaanipäälysteinen korkeakiiltoinen nahka luo vastakkainasettelua. Sininen sukkamainen havunvihreän nilkkurin materiaalina on tiukkaa ja paksua puuvillajoustoneulosta. Malliston jalkineiden pohjamateriaalina on käytetty puristettua merijätettä.

Malliston suuri ostoskassi on rakenteeltaan avoin. Sivussa on vetoketjullinen tasku. Etukappaleessa on koristebrodeeraus kaaosteorian inspiraatiokartasta. Tiimalasinmuotoinen laukku kuvastaa aikaa ja perhosen siivenis-kuteorian loputonta jatkuvuutta. Se kuvastaa myös aikaa, joka hupenee tehdessämme vääriä valintoja. Tiimalasilaukun hihna on muodoltaan epäsymmetrinen ja kuvastaa kaaosta. Materiaaleina laukuissa on käytetty si-leäpintaista nappanahkaa.

Malliston kauluri on valmistettu pehmeästä mokkanahasta. Sinapinkeltainen yläkappale lämmittää niskaa ja rintakehää. Sitruunankeltainen, epäsymmetrinen lampaankarva viininpunaisilla yksityiskohdilla liittyy ompeleella perinteiseen kaulurikappaleeseen. Sen voi kietoa huivina kaulan ympärille, tai jättää näyttävästi takin päälle roikkumaan vapaasti. Kaulurissa on vetoketjukiinnitys.

Kaulurin ohelle pehmeäksi asusteeksi on suunniteltu lipallinen vil-lakankainen lippahattu, jonka viininpunaiset lankatupsuyksityiskohdat vil-lakankaan materiaalissa mukailevat kaulurin samankaltaisia elementtejä.

Malliston kokonaiskuva syntyy lestickä, väreistä ja muotojen yhdistävistä tekijöistä, samoista kiinnitysmekanismeista. Yksilöinä kukin tuote on esteettisesti erikoinen. Mallistosta löytyy hillitympia tuotteita kuten tummat puolikengät, sekä yksivärinen ostoskassi. Luonnetta ja uskallusta vaaditaan kaulurin ja havunvihreiden tuotteiden käyttäjiltä.

7. POHDINTA

Opinnäytetyön malliston suunnitteluprosessi tiedonkeruun ja luonnostelun kautta valmiiksi mallistokartaksi oli monivaiheinen. Opinnäytetyön tulos mallisto contemporary fashion -segmenttiä käyttävälle asiakasryhmälle on onnistunut ja se täyttää teoriaosuudessa käsitellyt sisällöt.

7.1 Johtopäätökset

Lopputuloksena syntyi ehjä viiden jalkineen, kahden laukun ja kahden asusteen naistenmallistokokonaisuus contemporary fashion- segmentille. Segmentin tuotteisiin tuli vaikuttaa suunnittelijan näkemys, inspiraatio, sekä trendit. Tuotteiden tuli istua asiakkaiden tarpeeseen ilmaista itseään ja erottua joukosta. Mallisto- Butterfly effect on värikäs ja materiaaleiltaan vaihteleva. Se sisältää rakenteeltaan ja materiaaleiltaan erilaisia tuotteita erilaisille asiakkaille.

Opinnäytetyöprosessin aikana huomasin, että suunnitteluuteni sijoittuu contemporary fashion -kainsegmentin ja high fashion -segmentin väliin advanced contemporary fashioniin. Olen huomannut, että mallistoni ilmeeseen vaikuttaa enemmän inspiraatiolähteeni ja suunnitteluuteni, kuin trendit. Koin itselleni haasteeksi keskittyä trendivaikutteiden sisäistämiseen ja toistamiseen omassa mallistossani.

Muodin markkinasegmenttien joukosta omakseni koin myös contemporary fashionin rinnalla high fashion ja designer -markkinasegmentit. Pien sarjatuotanto, ja materiaalien laadukkuus ja työn hitaus kiehtovat minua myös suunnittelijana. Contemporary fashionin -segmenttiin vaikuttavat trendit rajoittavat materiaalien valintaa. Oma ekologinen näkökulmani jäi hieman taka-alalle seurattessani trendiennusteiden materiaalitulokkaita. Toisaalta ekologisuus on valinta, jota pystyy soveltamaan eri markkinasegmenteissä oikealla taidolla ja vankalla päämäärätietoisuudella. Contemporary fashion -segmentti tuntuu kuitenkin hintatasoltaan mahdollisemmalta segmentiltä kohdentaa suunnittelua laajemmalle ostajakunnalle.

7.2 Suunnitteluprosessin eteneminen

Prosessi eteni selkeästi aiemmin esitetyn prosessikaavion mukaan. Alkuideoista lopulliseen mallistoon monien välivaiheiden kautta. Alkuideointi sujui mutkattomasti. Heti kun inspiraationi selkeytyi, syntyi siitä paljon mielikuvia ja ideoita.

Ensimmäiset luonnokset jalkineista lähentelevät lopullisten tuotteiden muotokieltä. Jatkokehitysten kautta syntyi oivaltavia variaatioita ja mallisto ei näyttänyt enää niin monotoniselta. Jatkokehityksen aikaansaannoksia oli esimerkiksi paksu pyöreäreunainen pohja. Aluksi päädyin vain yh-

teen monster platform -tyyliseen pohjaan, mutta koin myöhemmin pohjavariaatioiden tuovan mallistoon tärkeää luonnetta.

Suunnittelun keskivaiheilla ideointi ja innostus hiipui. Uusia ajatuksia ei syntynyt, eikä kynä liikkunut paperilla. Koin tilanteen turhauttavaksi. Päätin pitää hetken tauon ja keskittyä mallistooni uudesta näkökulmasta viikon päästä. Käytin suunnittelussani myöhemmin kuperkeikkatekniikkaa, jossa asia käännettään ylösalaisin. Seuraavaksi mietin, minkälaisia positiivisia hyötyjä on päinvastaisesta ajattelusta tuotteen suunnittelussa. (Ikäheimonen, Vakkuri, 1997, 87) Muotoilijoilla on kyky ajatella asioita erilaisista lähestymistavoista. Kun ongelmaan tartutaan epätavallista kautta, voi syntyä uudenlainen lopputulos. Avarakatseisuus ja vanhojen urien ohittaminen antavat tilaa uusille oivalluksille. Usein prosessia helpotti erialojen ihmisten kanssa aiheesta keskustelu. Se loi välimatkaa tiiviiseen ideointiin ja syntyi erilaisia näkökulmia tuotteiden jatkokehittämiseksi.

Aloin suunnitella laukkuja epäkäytännöllisestä näkökulmasta. Halusin luoda jotain epätavallista. Perinteinen laukku on muodoltaan ylöspäin katsova kolmio, josta on leikattu kärki pois, tai se on suorakaiteen muotoinen tuote. Luonnostelun tuloksena syntyi laukku, jossa yhdistyy kaksi komiota vastakkain. Kaaosteorian tiimalasi-kuva inspiroi minua löytämään ratkaisun ongelmaani.

Toinen huomattava käänne suunnitteluni prosessissa oli intuitiiviset päätökset. Koin jatkoideoinnin yhden kenkäparin kannalta turhaksi. Luonnostelin silti ideoita runsaasti, mutta päädyin alkuperäiseen vahvaan ideaan, josta en voinut enää luopua. Saksalainen fyysikko Binnig on todennut (1986), että intuitio ei ole millä tavalla yhteydessä loogiseen ajatteluun ja luovuuden elementti on osittain mahdoton selittää. (Hakala, 2002, 220-221) Sallin itseni luottaa vahvaan alkuperäiseen ideaani. Sen siivittämänä syntyi variaatioita, jotka ovat osana mallistoa.

7.3 Suunnittelijaidentiteetin ja malliston suhde

Omaperäisyyden arvo uuden tuotteen suunnittelussa aiheuttaa välillä ahdistusta ja paineita. Albert Einsteinin lausahdus ”Mielikuvitus on tärkeämpää kuin tieto” luo positiivista energiaa oman omaperäisyyden uskomiseen”. Jokaisen suunnittelijan luonnokset näyttävät erilaisilta, kun kukin luottaa heidän omaan kädenjälkeensä. Omaperäisyys kehittyy, kun antaa kynän kulkea paperilla ilman paineita. Siitä tulee persoonallista. Suunnittelijuuteni on muotoutunut oman historiani, arvojeni, ympäristöni ja minuuteni johdosta.

Halusin irrotella mallistollani. Luovuuden äly teoksessa todetaan, että ajattelu on luovuutta, ellei se jämähä vanhaan ja jo ennalta todettuun tietoon. On kyseenalaistettava ja rikottava rajoja (Ikäheimonen, Vakkuri, 1997, 14). Samaa totesi Kostas haastattelussa. Kiinnostavassa suunnittelussa tulee rikkoa totuttua kaavaa (Kostas, 2018).

Prosessini tulos, mallisto- Butterfly effect käyttää vastakohtaisuutta tuotemuotoilun keinona. Sisäinen suunnittelujuuteni koostuu vahvasti vastakkainasettelusta, pohtivasta ja vilkkaasta mielikuvituksesta ja raskaammasta muotokielestä ja visuaalisuudesta. Erityisesti jalkineiden muotokieli on onnistunut kuvaamaan suunnittelujuuttani ja rikkoo perinteisiä mielikuvia nauhallisesta kävelykengästä, nilkkurista tai saapikkaasta.

Vahva ja erottuva värikartta muodostuu murretuista vihreän ja keltaisen sävyistä, sekä sisältää tiukkaa sinistä ja syvää viininpunaista. Koen värit vahvasti osana minuutta, ja mielentilojani. Opinnäytetyön malliston värikartta muodostui minulle tällä hetkellä merkittävistä sävyistä ja trendiennusteiden värikartoista. Olen positiivisesti yllättynyt miten osuvasti nämä kaksi värikarttaa mielessäni ja verkkosivuston ennusteissa täsmäsivät. Yhtenäinen linja edesauttoi suunnitteluprosessin etenemistä.

7.4 Reflektio

Prosessin pituus antaa tilaa ja mahdollisuuksia jaksottaa työskentelyä eri osioihin. Oma työskentelyni toteutti harkittua kaavaa ja toimintaa prosessin ensimmäiset kuukaudet. Perehdyin teoriapohjaan ja tutkin suunnittelun lähtökohtia sekä etsin inspiraatiota ja trendejä. Prosessini kuitenkin koki jatkuvasti muutoksia. Suunnittelu ja malliston kehittäminen oli vakaa, mutta teoriaosuuden rakentuminen lopulliseen versioonsa vaati aikansa.

Itsenäinen työskentelyni oli osittain hidasta ja välillä pidin taukoa. Päätöksenteko ja loppuratkaisuihin päätyminen ja luottaminen aiheuttivat välillä haastetta. Suunnitteluprosessini on henkilökohtainen matka omaan suunnittelujuuteeni ja samalla itseeni ihmisenä. Koen, että tuloksen tulee olla juuri sen näköinen, että sen voisi esitellä kohderyhmän asiakaskunnalle niin sisäänostajille, kuin kuluttajillekin. Selkeässä suunnitelmassa pysyminen olisi auttanut opinnäytetyöni etenemisessä. Hyvin nopeasti ideoiva mieleni on halukas tarttumaan uusiin opinnäytetyön aihealueisiin, tai. Seuraavissa prosesseissa tulee muistaa kaavan ja selkeän suunnitelman noudattaminen, sillä se tukee täsmällistä ja loppuunvietyä tekemistä ja vähentää turhaantumista.

Kuitenkin nuorena suunnittelija on hyväksyttävä virheet ja ymmärtää, että jokainen prosessi on oppimiskokemus. Olen tyytyväinen lopputulokseeni ja koen sen istuvan hyvin contemporary fashion -segmentille. Koen onnistuneeni värivalinnoissa ja jalkineiden muotokielessä. Kartoitin ymmärrystäni alan markkinasegmenteistä ja tulevista trendeistä. Opin tuotesuunnittelusta oman prosessini kautta, sekä sain arvokasta tietoa alan merkittäviltä suomalaisilta suunnittelijoilta ja esikuviltani kansainvälisen muotoilun kentältä.

Omat tavoitteeni suunnittelijana sijoittuvat kansainvälisille markkinoille. Löysin muotoilujuudestani rohkeutta ja räväkkyyttä, sekä sain uskoa jatkon uratoiveille. Uskon, että prosessin vaiheet ovat kehittäneet minua suunnittelijana.

nittelijana eteenpäin ja lähemmäksi tavoitteitani.

LÄHTEET

Achilles Ion Gabriel. (2018). Opinnäytetyön asiantuntijahaastattelu. Sähköpostiviesti tekijälle 2.4.2018.

A beginner's guide to contemporary fashion: 10 labels to know now and what they'll mean for your wallet (2015). Nicole Livey
Haettu osoitteesta 1.3.2018
<https://fashionmagazine.com/fashion/contemporary-fashion/>

Annals of the Association of American Geographers (2004)
Tobler's First Law and Spatial Analysis. Miller, H.J.
Haettu 22.2.2018 osoitteesta <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1111/j.1467-8306.2004.09402005.x>

Brand, J. (2006)
The Power Of Fashion, About design and meaning. Arnhem : Terra

Chaos Theory, (n.d.)
The Editors of Encyclopaedia Britannica Haettu osoitteesta 12.3.2018 ://
www.britannica.com/science/chaos-theory

Choklat, A, (2012)
Footwear design, London: Laurence King Publishing Ltd

Fashion market segmentation (n.d.) Erica Corbellini
Haettu 3.4.2018 osoitteesta
<https://www.coursera.org/learn/mafash/lecture/PPEm1/fashion-market-segmentation>

Fashionary team. (2016)
Shoe design, a handbook for footwear designers, *China: Fashionary International Ltd*

Fogg, M. & Steele, V. (2013)
Fashion The Whole Story. London: Thames&Hudson.

From Haute Couture to High Street: The Role of Shows and Fairs in Twentieth-Century Fashion (2008) Shinobu Majima
Haettu 6.4.2018 osoitteesta
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1179/174329508x290488>

- Hakala, J.T, (2002)
Luova prosessi tieteessä. Tampere: Gaudeamus
- Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko, J. & Koskinen, I. (2000).
Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu. Saarijärvi: Gummerrus Kirjapaino Oy.
- Ikäheimonen, R., Vaikkuri, K. (1997)
Luova äly, Luovuuden monet kasvot. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy
- Kettunen, I (2001)
Muodon palapeli. Helsinki: WSOY.
- Kinnunen, A (1990)
Esteettisestä elämyksestä. Helsinki: Yliopistopaino
- Market segmentation examples (n.d)
Haettu osoitteesta 2.4.2018
<http://www.selligent.com/content/market-segmentation-example>
- Mezirow, J. et AL. (1996)
Uudistava oppiminen, Kriittinen reflektio aikuiskoulutuksessa. Helsinki: Painotalo Miktor
- Nurmi, T., Rekiaro, I, Rekiaro, P., Sorjanen, T. (2001)
Gummerruksen Suuri Sivistyssanakirja. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy
- Nuutinen, A (2004)
Edelläkävijät; Hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa. Saarijärvi: Gummerrus Kirjapaino Oy.
- ONAR, about, 2018
Haettu 15.4.2018 osoitteesta
<http://onarstudios.com/about>
- Suomalainen kenkäsuunnittelija Achilles Ion Gabriel: ”Pidän rumista asioista”
Emilia Laitanen, 2018
Haettu 15.4.2018 osoitteesta
<https://www.elle.fi/luoti-kauneus/luoti/achilles-ion-gabriel>
- The Meaning of Contemporary in the Fashion Industry (n.d.)
Pamela Simmons
Haettu 20.3.2018 osoitteesta
<https://www.leaf.tv/articles/the-meaning-of-contemporary-in-the-fashion-industry/>
- The Top 13 Contemporary European Fashion Designers (2016)

Uniqua Hardy

Haettu 29.2.2018 osoitteesta

<https://theculturetrip.com/europe/articles/the-top-13-contemporary-european-fashion-designers/>

Thijm, J.

(2013) The Influence of fashion magazines

<http://kennisbank.hva.nl/document/569032>

Tiuraniemi, J. (2002).

Reflektiivisyys asiantuntijan työssä. Teoksessa Niemi, P. & Keskinen, E. (2002) Taitavan toiminnan psykologia.

Haettu osoitteesta 11.4.2018

<http://tiuraniemi.fi/Ammaref.pdf>

We Connect Fashion (n.d.). Price Point Definitions.

Haettu 6.4.2018 osoitteesta

<https://www.weconnectfashion.com/articles/price-point-definitions>

Design 3000 ja Kasper Strömman (20.2.2018)

Jakso 5, Muoti. kohta. 2.33, haastattelu, Henrik Vibskov

Haettu 25.2.2018 osoitteesta <https://areena.yle.fi/1-4106703>

3 Need-to-know facts about contemporary fashion (2018)

Mikkel Sørseth

Haettu 15.3.2018 osoitteesta

<https://www.outdropclothing.com/blogs/news/3-need-to-know-facts-about-contemporary-fashion>

Haastattelut:

Kostas, I. Suunnittelija, yrittäjä, Onar studios Ltd. Puhelinhaastattelu. 22.3.2018.

Achilles Ion Gabriel, kenkäsuunnittelija. Sähköpostihaastattelu. Sähköposti-viesti tekijälle 2.4.2018.

Kuvalähteet:

Kuvat 1, 2, 3, 6, 7, 15, 16, 17, 18, 19, 20

Lauritsalo, N. (2018)

Kuva 4:

Acne Studios. Haettu osoitteesta 13.3.2018

<https://www.acnestudios.com/fi/en/conny/1EA175-6E3.html?catid=woman-shoes> Henrik Vibskov. Haettu osoitteesta 13.3.2018

<https://henrikvibskovboutique.com/mens/bags/handbags/womens/couronne-tube-bag-black-white> LOEWE. Haettu osoitteesta 13.3.2018
<http://www.loewe.com/eur/en/animal-bags/elephant-mini-bag/199.30.M93-5900.html?cgid=animals> Hereustudio. Haettu osoitteesta 13.3.2018
<https://hereustudio.com/collections/accessories/products/lamar-fish-keyring> Marni. Haettu osoitteesta 13.3.2018
http://www.marni.com/fi/lace-ups_cod11425320os.html#dept=mccsndss ONAR studios. Haettu osoitteesta 13.3.2018
<http://onarstudios.com/product/ofra-collar-orange>

Muokannut Lauritsalo, N. (2018)

Kuva 5:

Her New Tribe. Haettu osoitteesta 10.4.2018.
<http://thenletitbe.tumblr.com/post/141132797125/fashion-clue-uh-la-la-land>
 Vogue. Haettu osoitteesta 18.3.2018. https://www.vogue.com/slideshow/new-york-fashion-week-spring-2018-street-style?mbid=social_onsite_pin-terest Instagram,. Haettu osoitteesta 17.2.2018
<https://www.instagram.com/p/BelPAizhrXi/>

Muokannut Lauritsalo, N. (2018)

Kuva 8:

Are.na. Haettu osoitteesta 12.2.2018. <https://www.are.na/block/864154>
 Hayhayhailstorm. Haettu osoitteesta 10.3.2018. <http://hayhayhailstorm.-tumblr.com> Paul Cirigliano. Haettu osoitteesta 16.3.2018. <http://paul-cirigliano.tumblr.com/#>

Kuva 9:

Design Development A/W 19/20: Women's Footwear
 Claire Foster 01.12.18
 Haettu osoiteesta 22.1.2018 https://www.wgsn.com/content/reports/#/Footwear/w/A_W_19_20/27186

Muokannut Lauritsalo, N. (2018)

Kuva 10:

Design Development A/W 19/20: Bags
 Katie Sturch 01.30.18 Haettu osoiteesta 10.1.2018 <https://www.wgsn.com/content/reports/#/Accessories/w/Bags/15671>

Kuva 11:

Design Development A/W 19/20: Soft Accessories. Katie Sturch, 01.22.18.
 Haettu osoitteesta 30.1.2018 https://www.wgsn.com/content/reports/#/Accessories/w/Soft_Accessories/15696

Kuva 12:

Design Development A/W 19/20: Women's Footwear. Claire Foster 01.12.18. Haettu osoitteesta 22.1.2018 https://www.wgsn.com/content/reports/#/Footwear/w/A_W_19_20/27186

Design Development A/W 19/20: Bags. Katie Sturch 01.30.18 Haettu osoitteesta 10.1.2018 <https://www.wgsn.com/content/reports/#/Accessories/w/Bags/15671>

Design Development A/W 19/20: Soft Accessories. Katie Sturch, 01.22.18. Haettu osoitteesta 30.1.2018 https://www.wgsn.com/content/reports/#/Accessories/w/Soft_Accessories/15696

Muokannut Lauritsalo, N. (2018)

Kuva 13:

Regional Colour Comparison A/W 19/20. Hannah Craggs, 01.29.18 Haettu osoitteesta 30.1.2018 https://www.wgsn.com/content/reports/#/Colour/w/A_W_19_20/27163

kuva 14:

Haettu osoitteesta 10.12.2018 [://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-couture/schiaparelli/slideshow/details#35](http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-couture/schiaparelli/slideshow/details#35)

Dion Lee Fall 2017 Fashion Show

Haettu osoitteesta 16.3.2018

<https://fi.pinterest.com/pin/439663982359381528/>

Moma, James Turell

Haettu 16.3.2018 osoitteesta

<https://www.moma.org/calendar/exhibitions/3643?locale=en>

Ren Hang, YAT PIT

Haettu osoitteesta 16.3.2018

<http://renhang.org/Fashion-1>

Haettu osoitteesta 14.3.2018

16.3.2018

Leilanni Land

<http://leilanniland.tumblr.com>

Jeans Hans Arp

Haettu osoitteesta 16.3.2018

http://www.williamweston.co.uk/item/artist_previous/103/11

Women's Accessories & Footwear Colour A/W 19/20

Purpose Full. Claire Foster, 11.09.17

Accessories & Footwear Forecast A/W 19/20: Leather & Non-Leather

(2017) Melissa Taylor, Claire Foster Haettu osoitteesta 20.3.2018

https://www.wgsn.com/content/reports/#/Footwear/w/A_W_19_20/27186

Tumblr.com (n.d.)

Haettu osoitteesta 16.3.2018

https://78.media.tumblr.com/37b0e9c7087fa8764b8c32b1d0eb1fd7/tumblr_milbgyndIZ1qkeybeo1_500.jpg

Stella mc Cartney (n.d.)

Haettu osoitteesta 20.3.2018

<https://www.stellamccartney.com/experience/en/sustainability/>

Vogue (17.8.2017)

https://www.vogue.fr/mode/shopping/diaporama/couleur-tendance-2017-bleu-printemps-ete-mode/44576#loewe-porte-monnaie-en-cuir_image16

The LIST: Spring Bag Trends Fashion Girls Can't Stop Wearing (n.d.)

Haettu 13.4.2018 osoitteesta

<https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/gmp12178410/spring-2018-bag-trends/>

[2photo.ru](http://i2.2photo.ru) (n.d.)

<http://i2.2photo.ru/3/n/580143.jpg>

Billie van Katwijk, Ventri_cow_Stomach, Billie van Katwijk dutch design week deezen

Haettu osoitteesta 16.3.2018

https://www.wgsn.com/content/reports/#/Footwear/w/A_W_19_20/27186

Mulberry

Haettu osoitteesta 16.3.2018

https://www.wgsn.com/content/reports/#/Footwear/w/A_W_19_20/27186

Muokannut Lauritsalo, N. (2018)

HAASTATTELUKYSYMYKSET

ONAR, Suunnittelija, Yrittäjä Irene Kostas 2.4.2018

Miten määrittelet contemporary fashion markkinasegmentin?

Miten ONAR sijoittuu tälle markkinasegmentille?

Miten kuvailisit ONAR-asiakasta?

Ajatteletko heti suunnittelun alussa asiakaslähtöisyyttä?

Mistä saat inspiraationsi?

Minkälaisia ominaisuuksia kiinnostava tuote pitää sisällään?

Mitä merkitystä sinulle on estetiikalla ja esteettisillä elämyksillä?

HAASTATTELUKYSYMYKSET

Jalkine- ja muotisuunnittelija Achilles Ion Gabriel 2.4.2018

Miten määrittelet contemporary fashion markkinasegmentin?

Miten oma suunnittelijuutesi sijoittuu tälle markkinasegmentille?

Mitkä ovat mielestäsi merkittävimmät teemat ja suuntaviivat tämän hetken muodissa?

Mitä asiota kiinnostavassa tuotteessa tulee olla?

Mistä saat tällä hetkellä inspiraationsi tuotteisiin?

Ajatteletko jo suunnitteluprosessin alussa asiakaslähtöisyyttä?

Miten paljon otat vaikutteita trendeistä? Vaikuttaako trendit mielestäsi paljon contemporary fashion segmentin tuotteiden suunnitteluun?

Minkälainen on mielestäsi hyvä ja yhtenäinen kenkä/asuste mallisto?

Mitkä ovat suurimmat haasteet kenkäsuunnittelussa?

Mitä estetiikka ja esteettiset elämykset merkitsevät sinulle?

Miten kuvaillet contemporary fashion segmentin asiakasta?

ASIAKASPROFIILI I

Marie
65v.

Asuinpaikka:
Pariisi
Kansalaisuus: Ranska
Työ: taiteilija, taiteilijaseuran
aktiivi (eläkkeellä)
Harrastukset: perhoset,
valokuvaus, matkailu,
politiikka



ASIAKASPROFIILIT 2 ja 3

Bea
33v.

Asuinpaikka:
Tokio, Japani
Kansalaisuus: Yhdysvallat
Työ: Kulttuurijärjestön
edustaja, puhuja, valokuvaaja
Harrastukset: surffaus,
elokuvat, konsertit

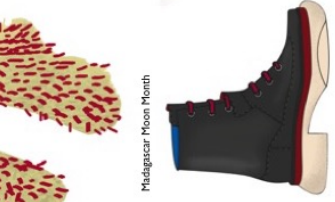
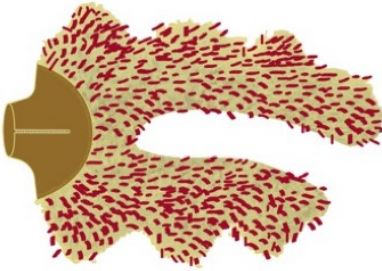
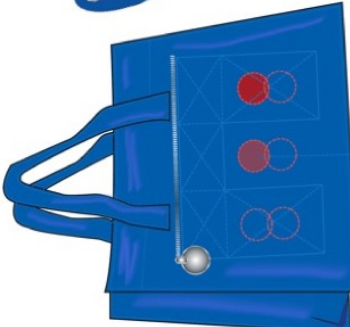
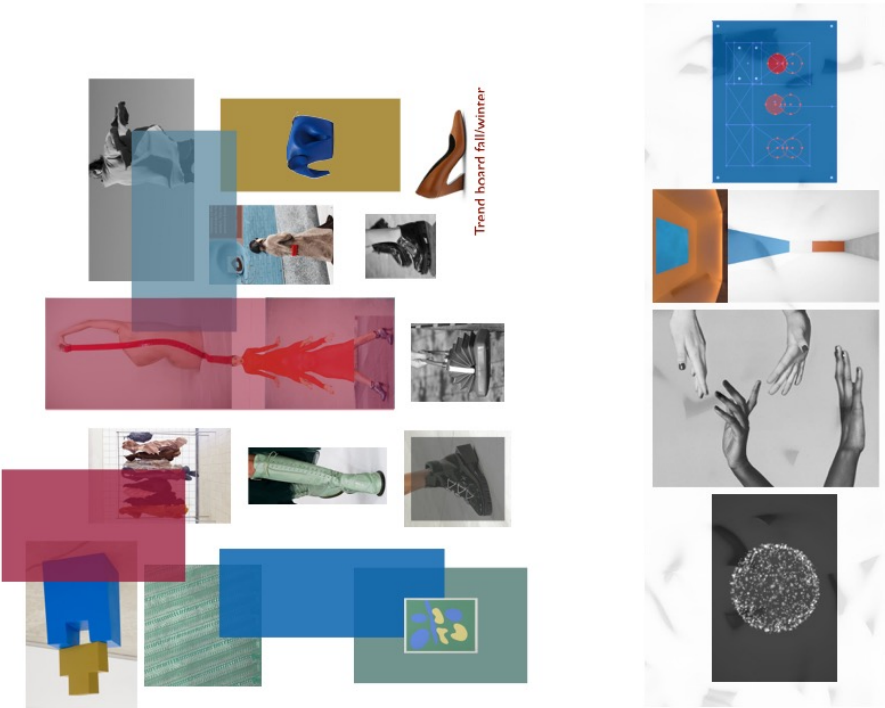
Hay Lin
33v.

Asuinpaikka:
Tokio, Japani
Kansalaisuus: Yhdysvallat
Työ: Kulttuurijärjestön edustaja, puhuja,
Harrastukset: muotibloggaus ja
taidenäyttelyt, yoga



BUTTERFLY EFFECT FW19/20

MALLISTOKARTTA



Small Footman
 Old World Swallowtail
 Madagascar Moon Moth
 Owllet Moth
 Common Morpho
 Queen
 Holly Blue
 Large White
 Tiger Longwing

HAMK/Norma Lauritsalo 2018