



Nordic Fashion Week Ry

www.nordicfashionweek.org

- SUOMALAINEN KANSAINVÄLISESTI
- Ympäri vuotinen toiminta
- Strategiset yhteistyökumppanuudet
 - Tulevaisuuden tutkimus
 - Trendianalyysit (Micro + Mega)
- Ongelmanratkaisu
- Aloitteet ja projektit esim **NEW NORMAL**
- HELSINKI FASHION WEEK
 - Ammattilaistapahtuma sisäänostajille,
 - sijoittajille ja lehdistölle
 - Ilmainen suunnittelijoille
 - * - Avoin kaikille kuluttajille



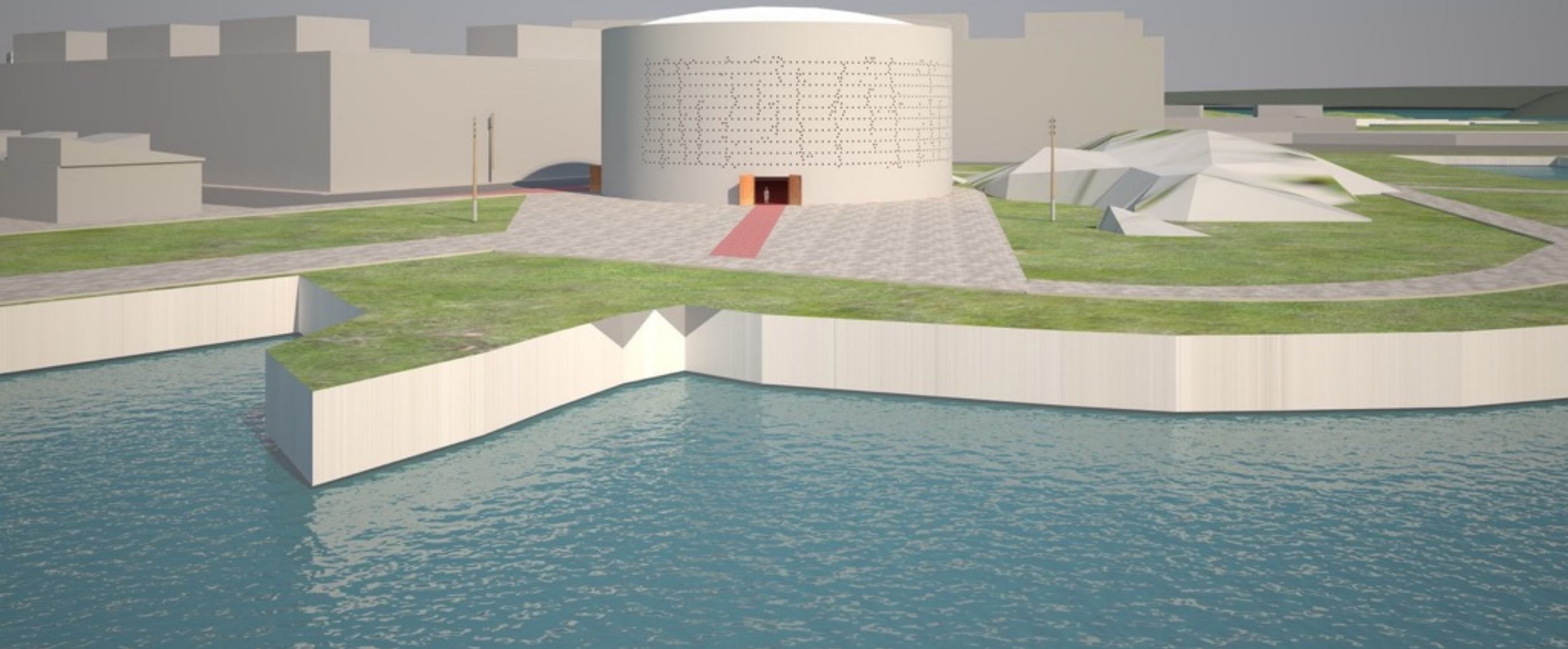
YHTEISTYÖKUMPPANIT



DANSTUDIOS



ECO VILLAGE CONCEPT
SCALE + APPLY:
CITY
SCHOOL
HOME
WORK



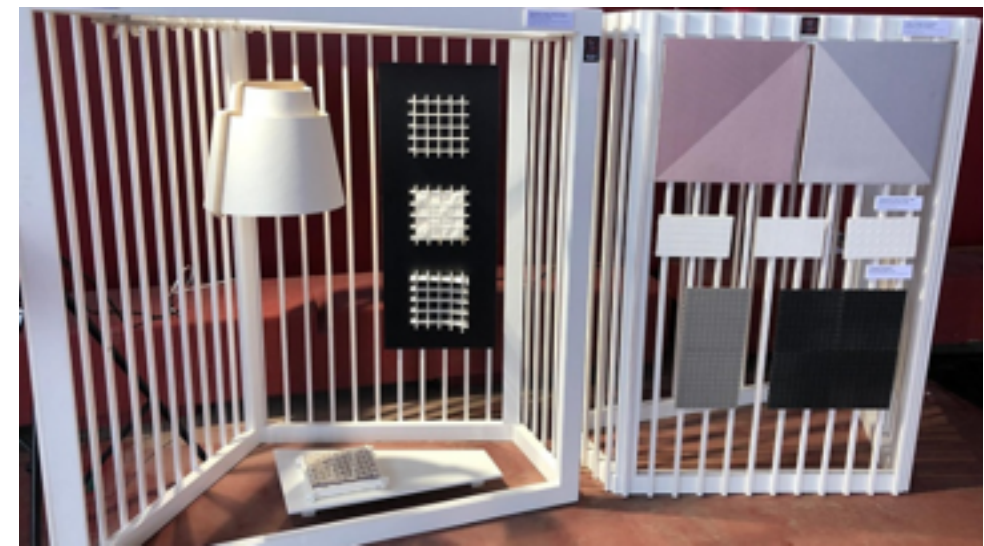
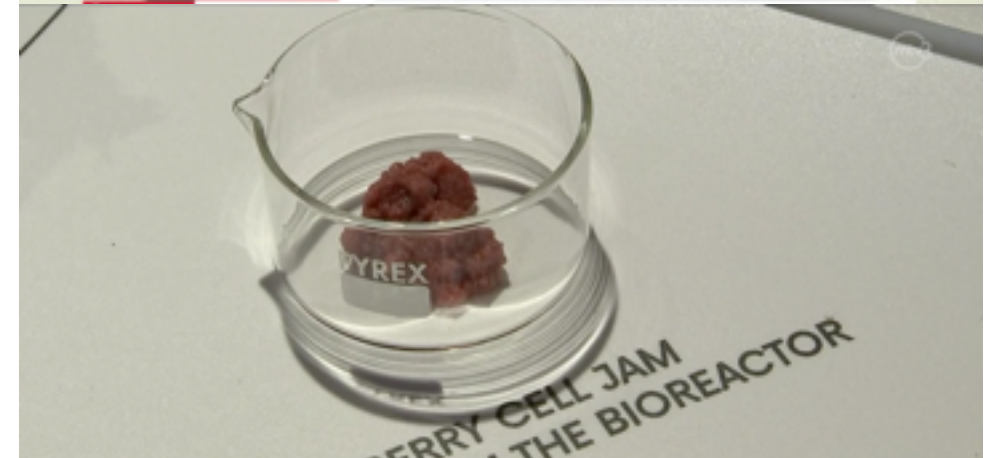
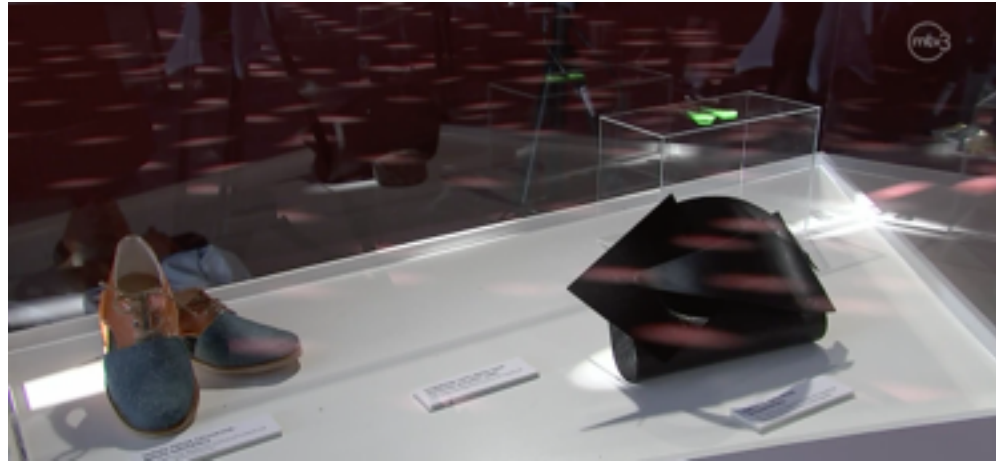


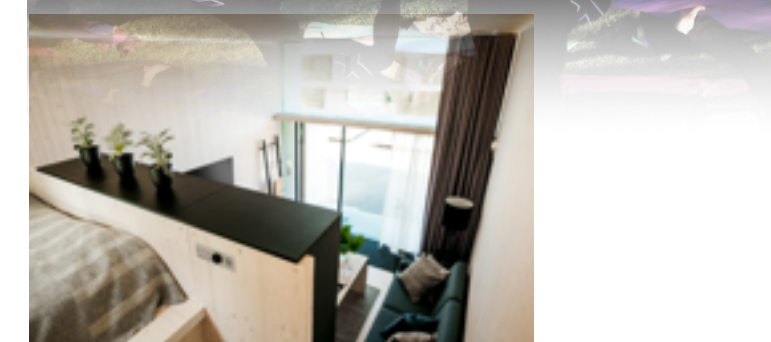
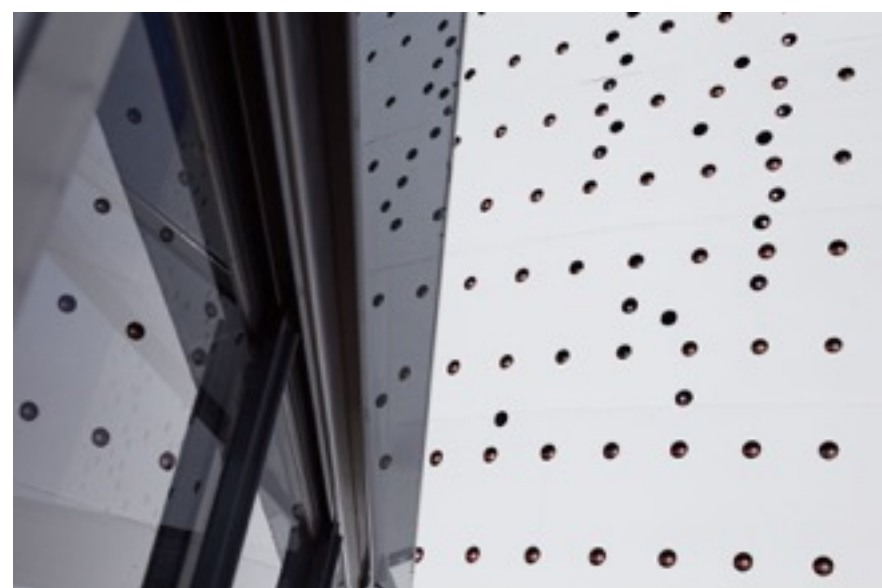
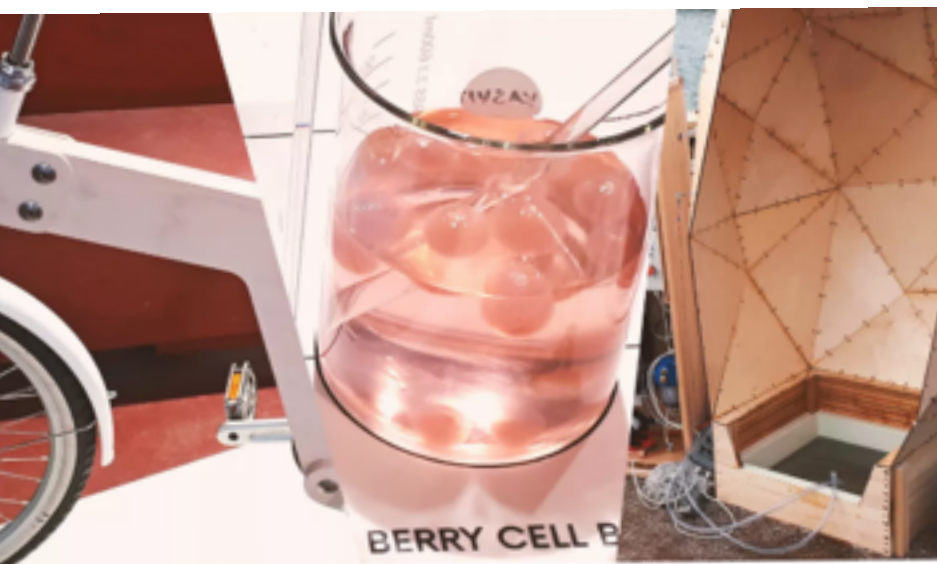
EKOKYLÄ

SKAALAUTUVA JA SOVELLETTAVA
KOKONAISUUS

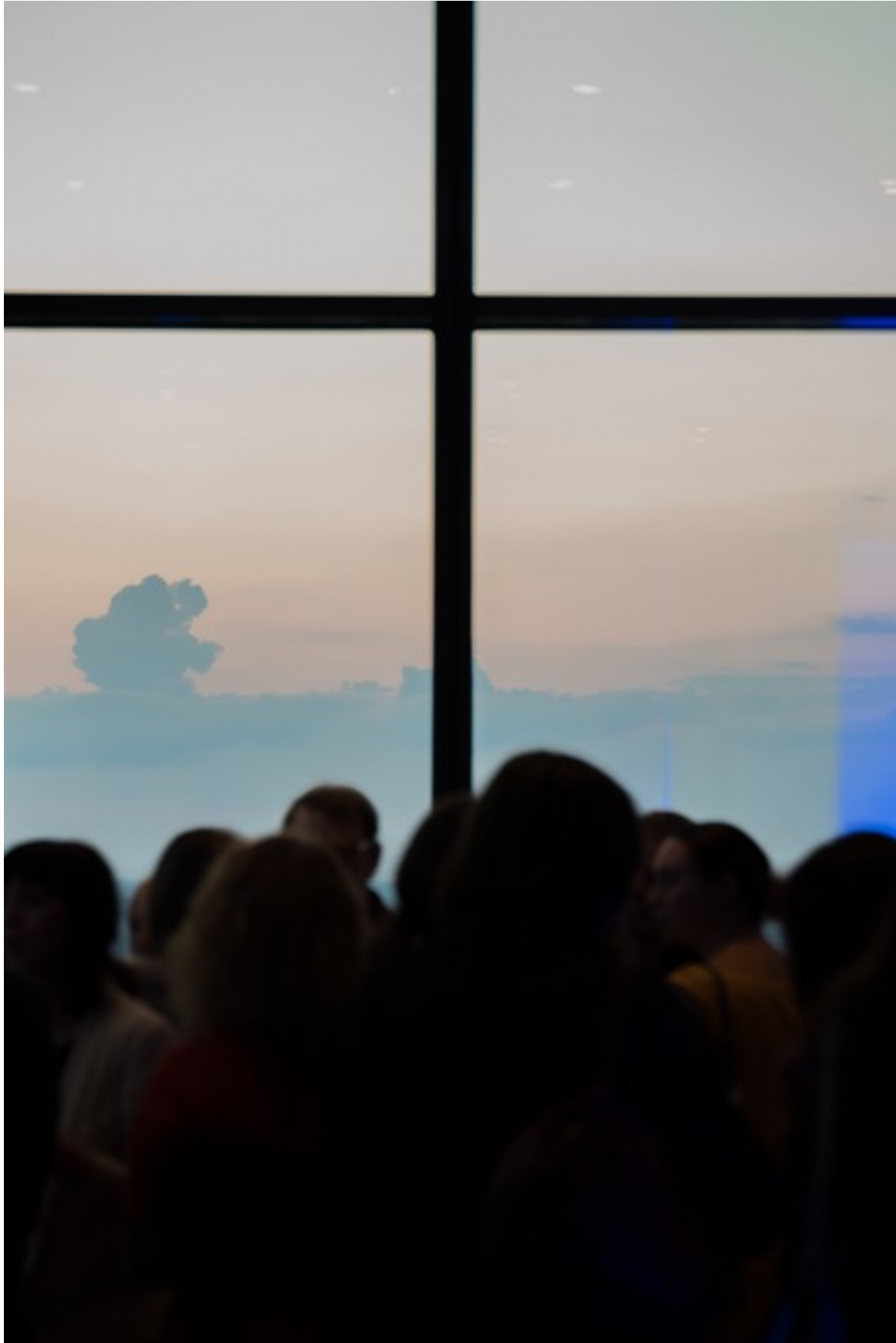
- Omien neuvojen seuraaminen toiminnassa ja viestinnässä --> "Walk the Talk"
- Lokaatio, luonnon elementit ja ympäristön viestinnällinen merkitys
- Ideologian esille tuominen kumppanuuksissa:
- Luonnon elementit ja ympäristön merkitys
- Yhteistyö
- Uudet konseptit
- Innovaatio ja Teknologia
- Käytännöllisyys / Ratkaisut

KUVIA TAPAHTUMASTA





TAPAHTUMAT MEDIALLE



SISÄLLÖN MERKITYS

- Taiteen, tieteen ja viihteen yhdistäminen kaupallisesti on tärkeää, sillä se tavoittaa ja puhuttelee laajempaa kohderyhmää, lisää luottettavuutta ja jää mieleen
- Rajattu monipuolisuus + kohdennettu merkitys
- Kohderyhmä
- 30 suunnittelijaa 8 eri maasta Helsingissä





SISÄLTÖ

- Interaktiivisuus
- Osallistava toiminta
- VTT Exhibition
- Aalto Yliopisto Outdoor Luento
- HFW TALKTALK Seminars
- Jooga
- Workshopit
- Sosiaalinen media

LUENNOT JA MUUT TAPAHTUMAT



TRUE SCHOLAR LECTURE SERIES

By NFW Ry



京都精華大学
KYOTO SEIKA UNIVERSITY





[f](#)
[t](#)
[p](#)
[G+](#)
[e](#)
[x](#)

VOGUE

Helsinki Fashion Week.
Collezioni Primavera Estate
2019

116/117 & CONFERENCE WITH SARA SOZZANI
MAINO



TRENDIT JA RELEVANTTIUS KOMMUNIKOINNISSA

- micro ja megatrendien, kulttuurin, sukupuolten ja sukupolvien vaikutus
- on puhuttava persoonallisella äänellä, mutta omattava universaali viestintäkieli
- avarakatseisuus ja inspiraatio auttavat näkemään uusia mahdollisuuksia totutuissa toimintamalleissa
- Biotalouden ja muiden vahvuuksien huomioiminen sekä niiden hyödyntäminen
- visiota tulee tukea faktoilla = tiede mahdollistaa kehityksen ja lisää luottamusta
- innovaatio ja luovuus

AVAINSANAT JA AJATUKSET

”KOKEILE JA KOE”

Nykypäivän innovaatio on enemmän sosiaalisten ongelmien ratkomista kuin taloutta.

”Jatkuva sisällöntuotanto ja sen vastaanotto määritellään tämän hetken megatrendiksi **”connectivity”** eli tavoitettavuus ja yhdistyneisyys.

Tämä yhden ja monen massamedian dynaaminen synergia on avannut väylän digitaaliselle kanssakäymiselle, jonka alustana sosiaalinen media toimii. Kyseessä on nk. lifetime-journey eli elämän (pituinen) matka.”

Tämän projektin avulla teknologiasta tulee inhimillisempää.

”FINSTAGRAM” - Haaste (Interaktiivisuus)

”EXINFO”: Kokemukseen perustuvaa, omakohtaista ja suoraan ”lähteestä” saatavaa informaatiota.

GENZ :

”Haluan olla täydellisesti epätäydellinen”

Epäonnistumisen määritelmä

“PROJEKTIALOITE: EPÄONNISTUNEET HANKKEET </3 ”

Kampanja epäonnistumisen kannustamiseksi, jonka avulla vältetään heittämästä hukkaan mahdollisuuksia sekä potentiaalia (kansanvalistus)

Kampanja tutkii kansan hyvinvointia erilaisten kumppanuuksien sekä mittausmenetelmien avulla:

- keskustelupalstat
- mediat ja mediatalot
- ennen ja jälkeen vertailu
- psykologia
- hakukoneoptimointi

Trendien ennakkoinnin ja tutkimisen tärkeys: Jatkuva tavoitettavuus synnyttää OIREILUA

Kiina: **SANG -liike**

= vaikuttamisen ja vaikuttajamarkkinoinnin ala syntyi kuluttajien tarpeesta löytää autenttista sisältöä

“älä vaikuta, inspiroi!”, sanoo Vreni Frost, joka kutsuu itseään “**Sensefluenseriksi**” eli järkivaikuttajaksi.









Anna Ruuhonen
ANNA RUUHONEN



MEDIA, SUHTEET JA NIIDEN YLLÄPITO

- Pitkäaikaisen vaikutuksen luominen
 - Ympäri vuotinen ja yhtenäinen kommunikointi
 - Suhteiden vahvistaminen ja henkilökohtaistaminen
 - Suomi-kuva= Viehättävyys ja houkuttelevuus
 - Mielenkiinto tarjonnan edistäjänä
 - Kv media = kotimainen media ja näkyvyys
- “Lähde”



“The 2018 edition of the Helsinki Fashion Week has taken place at the Eco Village right outside this beautiful nordic capital city represents a true revolution in its field and concept.” - Giusy De Ceglia **VOGUE ITALY**

VOGUE
ITALIA



Embassy of Finland in the U.S.

1 hr · 🌐

New winds are blowing to the fashion industry from Finland, as Finland's biggest fashion event [Helsinki Fashion Week](#) decided not to present any clothing or accessories made of animal leather starting 2019. We are looking forward to seeing some amazing sustainable fashion next year!



us.fashionnetwork.com

Helsinki Fashion Week to impose ban on

Vogue Japan
Vogue Thailand
Vogue Russia
Vogue Germany
Vogue Australia
Marie Claire
Marie Claire
Marie Claire
Harpers Bazaar
Elle
Reuters

Forbes
New York Times
The Guardian
V Magazine
El Tiempo
Le Parisienne
Vogue America **X**
British Vogue
Vogue Italia **X**
Vogue Arabia
Vogue Korea **X**



VOGUE

KOREA

FASHION

BEAUTY

LIVING

PEOPLE

VIDEO

RUNWAY



Fashion

북유럽의 친환경 패션위크

2018.06.14

뉴욕, 런던, 밀란, 파리, 서울. 그 외에도 전 세계 곳곳에서 패션위크가 치러지고 있습니다. 그 중에서도 새로운 여행지로 떠오른 핀란드의 헬싱키에서도 패션위크가 열린다는 사실, 알고 있었나요?



ARVOT JA NIIDEN SOVELTAMINEN

- arvot ovat kaiken perusta, ne tulee viestiä ristiriidattomasti
- B2B ja B2C
- Ammattitapahtuma + kuluttajataapahtuma: kuluttajien mukaan ottaminen lisää dialogia ja keskustelua
- Kaikille avoin toimintamalli: mahdollistaminen ja suunnittelijoiden/alan kasvun tukeminen
- Emme ole ympäristöystävällinen muotiviikko, olemme muotiviikko

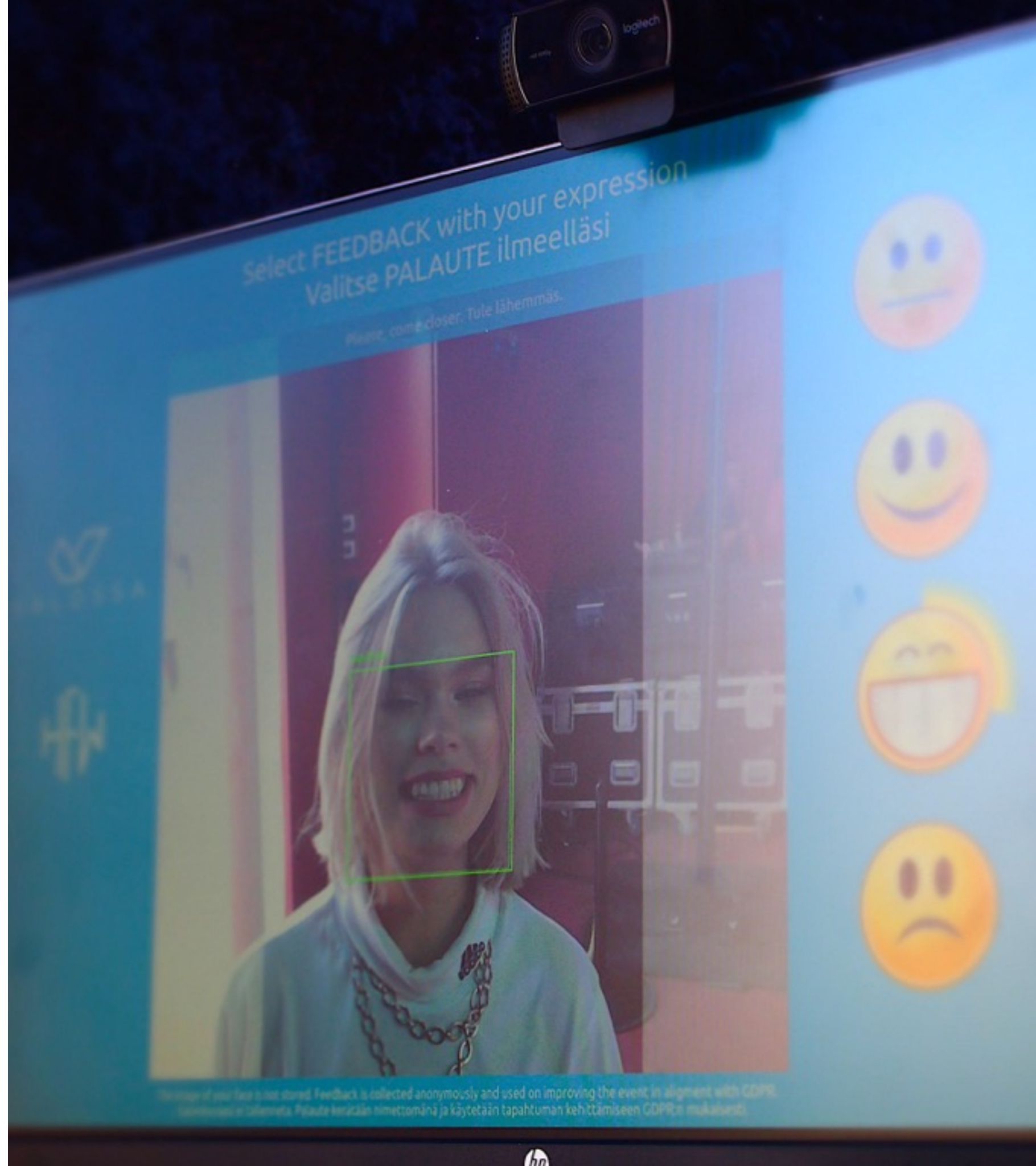
ARKISTOINTI

- viestin vahvistaminen
- todentaminen
- muistuttaminen = omaksuminen
- yrittämisen ja erehdyksen kautta kehittyminen
- ajattelumalliin ja mielialaan vaikuttaminen
- ketteryys ja muutosvalmius

Lapsenomaisuuden säilyttäminen on tärkeää: luovuus, kekseliäisyys, rehellisyys, rohkeus, uteliaisuus, asioiden yksinkertaistaminen sekä näiden merkitys kommunikoinnissa.

TULOKSET

- konkreettisuus
- sijoitetun pääoman tuottoasteen mittaaminen (ROI)
- toimintaan ja käyttäytymiseen vaikuttaminen
- tekoäly + tunneäly



KULUTTAJAT JA YRITYKSET

- kokemuksellisuuteen pohjautuva tieto ja informaatio lisää muistettavuutta = henkilökohtainen sitouttaminen
- toimialoja ylittävä yhteistyö ja siitä kertominen osana visiota: miksi ja miten
- uuden luominen vanhaa kunnioittamalla
- Suomalaisen biotalouden ja innovaatioiden markkinointi sekä painottaminen, talouskasvu
- sosiaalinen kehitys ja yhteinen hyvä



DESIGN AJATTELU JA SEN SOVELTAMINEN

- muotoilun vaikutus ajatteluun ja psykologiaan, kuinka tämä huomioidaan?
- kokonaisvaltainen ja integroitu henkinen hyvinvointi = voimavara
- Muotoilulla on SUURI merkitys lopputuotteelle ja sen käyttäjäille
- Suunnittelijoille kommunikoinnin merkitys: HFW Designer Guidelines + Handbook
- Esimerkin näyttäminen ja ratkaisunhakuisuus: The New Normal

Kiitos!

Lisätietoa ja mahdolliset yhteistyöehdotukset :

www.evelynmora.com