



Poslednjeg revijalnog dana SFW-a, Nacionalne nedelje mode u Master centru Novosadskog sajma, u nedelju, 05. maja, uz sjajna predstavljanja domaćih i stranih dizajnera, punih energije i glamura, organizovan je panel na temu „Brendiranje modom - moda i vino“.

Kompetentni učesnici u ovoj diskusiji, potpredsednik Pokrajinske vlade i pokrajinski sekretar za privredu i turizam Ivan Đoković, predsednik Udruženja proizvođača grožđa i vina Srem - Fruška gora Gordan Bašić, predsednica SFW i Nacionalne komore za modu Srbije Svetlana Horvat i vizuelna umetnica, docent na Fakultetu savremene umetnosti u Beogradu Jelena Blečić, govorili su o svojim iskustvima, naporima i potrebnim koracima da se moda, kao moćan vid komunikacije, poveže sa jednim drugim brendom - vinom.

Po rečima gospođe Horvat, do ove saradnje došlo je na inicijativu pokrajinskog sekretara i predsednika Udruženja fruškogorskih vinara (trenutno broji 39 članova, a još 6 će biti primljeni na Godišnjoj skupštini), koji su se odvažili na pokušaj da ustaljenu praksu, prisutnu u svetu tokom XX veka, prenesu na našu teritoriju i uvezivanjem dva vrhunška brenda doprinesu podizanju kvaliteta i obostranog benefita.

- I u vinu, kao i modi, potrebna je selekcija, emocija i stil. Ono šta obučete i šta pijete, govori o vama kao ličnosti - istakla je gospođa Horvat i dodala da se početkom zajedničke modno-vinske priče eksplicitno smatra gest čuvene Gabrijele Bonur, odnosno Coco Chanel i njenim dizajnom tašnice 2.55, koja nonšalantno visi sa ramena ostavljajući slobodnu ruku za čašu dobrog vina.

Predsednica je istakla da je saradnja mode i vina sa modnog aspekta toliko prisutna da su se najveći svetski kreatori, kao što su Jean Paul Gaultier, Giorgio Armani, Roberto Cavalli, Donna Karan, povezali sa vinarijama svoga kraja dizajnirajući oblik boce, etikete, pakovanja, a korak dalje otišli su Stella McCartney, Donatella Versace, Ralph Lauren dizajnirajući posebne modele haljina za određeno vino, što je, zajedničkim nastupom prema medijima i kupcima, donelo benefit obema stranama.

Gospodin Bašić motiv za saradnju vidi u njihovom zajedničkom imenitelju - kulturi. Po njemu, veza mode i vina se vidi posle svake revije, druženja kada se nazdravlja sa čašom lepog vina; da svako od nas prema prilici bira šta će obući i koje će vino piti; svako onaj koji se bavi proizvodnjom vina mora biti sposoban da odgaji dobro grožđe i kreativan da ga pretoči u bocu, zatim da bocu, poput dizajnera, ili uz njegovu pomoć, odene.

- Vojvodina nije prepoznata po vinu, a Fruška gora samo ako se posmatra istorijski. Pre 20 godina entuzijasti su krenuli sa investicijama u vinogradarstvo i vinarstvo i sada je potrebno pokazati kakva se vina mogu proizvesti u ovom kraju. Medalje sa prestižnih vinskih takmičenja govore o kvalitetu fruškogorskih vina. Da bi bili prepoznati u svetu, moramo da

budemo prepoznati kod nas. Članovi Udruženja su razumeli zaludnost pojedinačne borbe za tržište, udružili se želeći da postignu više, ali manifestacije poput SFW, Salona vina i sl., su prečica za promovisanje vinskog rejona Fruške gore. Cilj je vinski turizam i prodaja sa kućnog praga, koji uz pružanje dodatnih sadržaja stimuliše širu zajednicu da se uključi i poveže u tu priču - istakao je gospodin Bašić.

Pokrajinski sekretar je podvukao da je u vinarstvu potrebna hrabrost, kao i u svetu mode. Smatra da je vino poslednjih godina postalo epicentar raznih dešavanja u Vojvodini i da polako postaje brend, koji će uz SFW postati vidljiv i na veoma konkurentnoj vinskoj i umetničkoj sceni EU i sveta.

Gospodin Đoković modu smatra kreativnom ekonomijom, koju Pokrajinski sekretarijat od pre tri godine, prvi u Evropi, bespovratnim sredstvima pomaže, i to dizajnere, ne samo u domenu tekstilne industrije, kože, aksesoara, obuće već i dizajn zvuka, filma, animacije i svih onih oblasti gde dodatnu vrednost stvara ime, ugled, za razliku od proste materijalne produkcije.

Tokom panela je istaknut ključni momenat SFW-a u izboru Novog Sada za Evropsku prestonicu kulture 2021, a da će moda i vino, koji se međusobno prepliću na polju kulture i kreativnosti, doprineti sve većem značaju Vojvodine kao modne i vinske sile.

Doc Jelena Blečić je govorila o potencijalu mode i kako se može iskoristiti, posebno kada je u pitanju nešto unikatno, kakvo je naše etno nasleđe, u koje spada i vino sa Fruške gore. Ona smatra da ovaj segment ima ogroman potencijal, koji ne sme da se završi na salonskoj priči već da postane predmet kontinuiranog stvaralačkog procesa i delovanja.

- Sve treba povezati u organizovani kaos, jer smo zemlja koja nudi mnogo predivnih sadržaja, od ljudi, tradicija, proizvoda..., i moramo raditi na novoj paradigmi posmatranja nas samih, da bi se kao individue, ali i zajednica, bolje osećali - naglasila je umetnica, dodavši da brendiranje vina kroz modu može biti uspešno, a da je tako dokazali su modni dizajneri koji su se potrudili da učešćem u takmičenju „Mr.&Mrs. Bottle” na što originalniji način “obuku” flaše dizajnirajući za njih odgovarajuću „garderobu”.

Na kraju panela, od 40 učesnika, proglašeno je od strane nezavisnog žirija, deset finalista takmičenja “Mr and Mrs Bottle”: Eymeric Francois, Suzana Perić, Bata Spasojević, Hana Sirćo, Nemanja Pantelić, Ivana Đurić, Sanja Veličković, Ana Vasiljević, Nataša Bodirožić (Atelier Cristonat) i Marija Đokić (Darmara). Njihovi radovi se biti izloženi krajem septembra na „Défilé à Paris” platformi u okviru zvaničnog programa Paris Fashion Week-a, a potom i na svim nedeljama mode na kojima budu učestvovali dizajneri iz Srbije.





