

LIKEMAAILMAN NÄKÖVINKKELISTÄ

kirjoittavat aikakausi- ja sanomalehdet niille, jotka ovat ulkopuolella päätöstenteon ja valmistuksen, eli ovat ostajia ja kuluttajia. ME NAISET XL nro 2/2000 (lokakuu) kirjoitti otsikolla

MITAT UUSIKSI

Vartalon mitta, rinnanympärys ja vartalotyyppi. Näihin tekijöihin perustuneet vaatetusteollisuuden uusi mittataulukko. Mutta onko vaatetusteollisuus valmis ottamaan erilaiset vartalotyypit paremmin huomioon?

Kuopion yliopiston vaatetusfysiologian laboratorion tutkimuksesta kerrottiin jäsenlehdessämme jo viime vuonna. Jäsenistämme oli moni mukana mittauksissa.

Seuraavat sitaattit ovat Kuopion yliopiston tutkijan **Marja Airaksisen**, Polan vientipäällikön **Pirkko Liljan**, Nanson toimitusjohtajan **Hannu Jaakkolan** ja Me Naiset XL/2/2000 -lehden toimittajan **Minna McGill**'in.

- Projektin tarkoituksena on uudistaa vaatetusteollisuuden mittataulukot, jotta asiakkaat löytäisivät tulevaisuudessa paremmin istuvia vaatteita. Tulokset analysoidaan ensi keväänä, ja niiden pohjalta valmistuu uusi mittataulukko.

- Kuluttajilta on tullut niin paljon palautetta siitä, ettei kaupasta löydy sopivia ja istuvia vaatteita. Vaatetusteollisuus ei ole ottanut tarpeeksi huomioon eri ikäryhmien tarpeita. Kuluttajien mielestä on liikaa nuoriso-vaatteita tarjolla.

- Sosiaaliset erot eivät enää näy vaatetuksessa. Vaatteiden saatavuus ei ole kuitenkaan kaikille sama. Tällä uudistuksella pyrimmekin entistä tasa-arvoisempaan yhteiskuntaan. Kaiken kokoiset ja muotoiset kuluttajat toivovat, että he saisivat teollisesti valmistettuja vaatteita.

- Tarjonta on monen kuluttajan mielestä liian yksipuolista. Tarvitaan lisää vaatteita eri vartalotyypeille, eripituisille ja erilevyisille naisille.

- Onko mitattavina ollut myös XL-kokoisia naisia?

- Meillä on ollut paljon isoja naisia mitattavana, sekä leveys- että pituussuunnassa kookkaita naisia. Heidän ongelmansa on löytää tarpeeksi isoja kokoja. He saattavat joutua hakemaan vaatteita jopa toiselta paikkakunnalta. Vaatteeseen on myös heti tartuttava, jos sopivan löytää. Jos jää vähänkin miettimään, seuraavalla kauppakerralla sitä ei taatusti enää ole.

- Vaatteen koko saatetaan tulevaisuudessa merkitä vartalon pituuden, rinnanympäryksen sekä vartalotyyppin mukaan. Keskeisintä tulee olemaan kokojärjestelmän perustuminen vartalonmittaan.

- Polan vientipäällikkö Pirkko Lilja, voitaisiinko teillä siirtyä tuotantoon, jossa otettaisiin huomioon eri vartalotyypit?

- Paljon kyllä tulee puhelinsoittoja pieniltä ja isoilta naisilta. Pienet eivät saa mistään tavaraa, kun monet firmat aloittavat ostamisen vasta koosta 36. Sama ongelma on isoilla.

- Millä mielin tutkimuksen tuloksia odotetaan Nansossa, toimitusjohtaja Hannu Jaakkola?

- Kun tulokset saadaan, käymme kaavoituksemme läpi. Selvitämme, miltä kohdin on syytä muuttaa. Kovin jyrkkiä muutoksia ei kannata kerralla kuitenkaan tehdä.

Liikemaaailman näkövinkkelistä lisää:

KAUPPALEHTI, 22.8.2000, kertoo, että "KESKO pitää Andiamo-ketjun". Keskon kenkäketjun liikkeistä K-Kenkä on suurin, toisena on Andiamo.

- Toimialan sisällä toiminnan kannattavuutta pidetään juuri ja juuri tyydyttävänä.

Erikoistavarakaupan johtaja **Matti Halmesmäki** Keskon myöntää, että markkinat tarvitsisivat jonkinlaisen ravistelun.

- Poliitikot voisivat näyttää esimerkkiä. Kun katselee kansainvälisten kokousten ryhmäkuvia, vanhat ja hoitamattomat kengät paljastavat, kuka on Suomesta, Matti Halmesmäki päivittelee. Suuri ostaja kilpailuttaa omilla toimillaan teollisuutta, joka taistelee henkitoreissaan halpatuonnin kanssa. Tarkoitus ei kuitenkaan ole tappaa kotimaisia tehtaita.

Suomalaiset ovat laiskoja kengänostajia

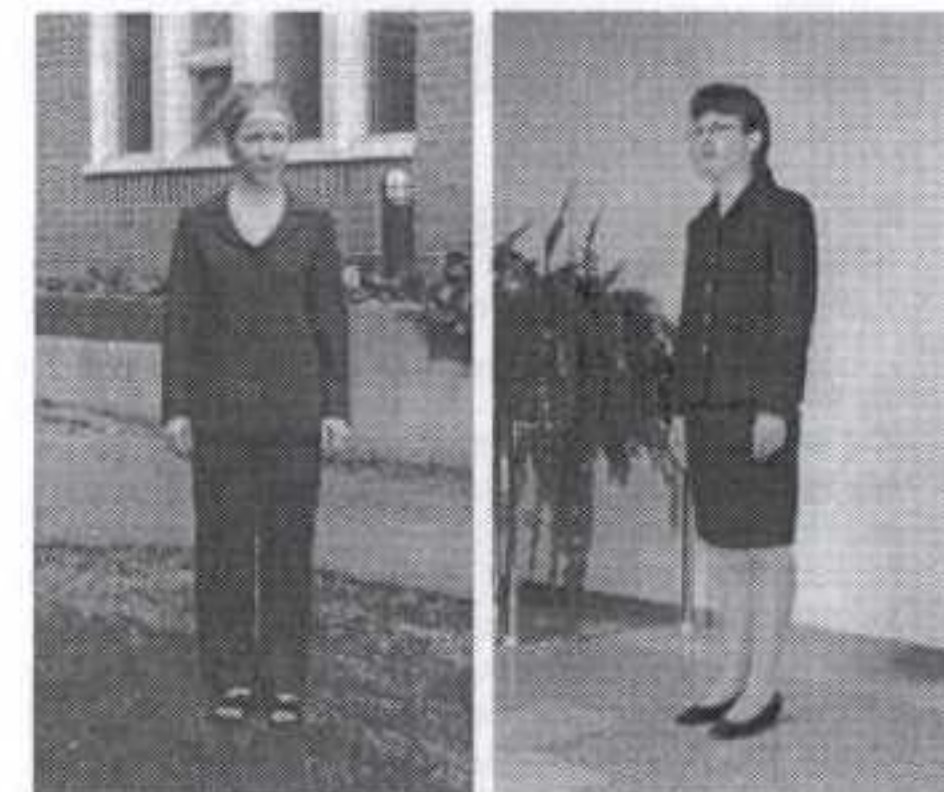
- Kauppa ja teollisuus pärjäisivät hyvin, jos markkinat kasvaisivat. Nythän suomalaiset ovat Euroopan laiskimpia kengänostajia.

Nuoren yrityksen, **SPESIAALI KOOT A JA O OY:n** toimitusjohtaja **Arja Partanen** kertoo tapahtuman tältä syksyltä:

- Taas tänään nuori tyttö kävi katsastamassa poikaystävänsä puolesta 47 kenkävalikoiman ja "valitti", kun valmistajat ovat unohtaneet nuoret kokonaan. Voin vakuuttaa, että kysyntää olisi, pappamallit eivät vain miellytä. Olivat edellisenä päivänä kiertäneet kolme Tampereen kauppa, ja nuori mies oli väsähtänyt. Paljon jaksavat kiertää... Vaikeata on asiakkailta, kauppiailta ja teollisuudella. Kait yhdistyksen pitää kutoa se verkko yhteen, kuten olen ennenkin todennut. Usko vain meinaa loppua, kun usea toimittaja pettää toimituksissa... Saa nähdä tuleeko mitään myytävää.

Vaatetusteknikot Tanja Joenväärä ja Helen Reijonen,

joiden pienille naisille osoitettu kysely oli lehdessämme nro 3/1999 (elokuu 1999), ovat saaneet tutkintonsa suoritetuksi. He lähettivät meille valokuvat päättötyönä tekemistään asukokonaisuuksista. Alunperin oli tarkoitus suunnitella kokonainen mallisto pienelle naiselle, mutta loppujen lopuksi tytöt tekivät persoonalliset jakkupukukokonaisuudet kahdelle asiakkaalle. Kyselyyn vastanneet, vastaanottakaa lämpimät kiitokset vaivannäöstänne. **Paljon onnea ja menestystä elämään, Tanja ja Helen!**



NAISTEN VAATEKOOT MAITTAIN

EUR	XXS	XS	S	M	L	XL	XXL
Suomi, Saksa	32	34	36	38	40	42	44 46 48 50
USA	2	4	6	8	10	12	14 16 18 20
Italia	38	40	42	44	46	48	50 52 54 56
UK	4	6	8	10	12	14	16 18 20 22
Ranska	0	0	1	2	4	5	
Japani	5	7	9	11-13	15	17-19	21
Espanja	34	36	38	40	42	44	46 48 50

Me Naiset XL