

Technology

A talk with Susannah Rayfield (European brand manager) & Cindy McNaul (global brand manager and marketing director)

Cordura Denim: a new fabric for “durable” people

The American brand brings this remarkable innovation to the place where fashion and function naturally meet: outdoor apparel.

From our correspondent in the USA
JILL MURPHY

At the A + A show in Germany last November, the workwear market buzzed with talk about the innovative new Cordura denim fabric. With its tested durability and comfortable feel, the product's appeal to this market was obvious. This year, it caught the attention of the fashion and ready-to-wear market at the Denim by Première Vision show in Paris, where it received interest from some high-profile international denim brands. Now, the Cordura team brings this remarkable innovation to the place where fashion and function naturally meet: outdoor apparel.

WHAT IS CORDURA DENIM?

Cordura's denim was designed to provide the authentic look and feel of 100 percent cotton denim, but with a specific blend of fibers to substantially increase durability. The product is based on an 88 percent cotton, 12 percent Invista T420 nylon 6.6 fiber. Invista's 6.6 fiber, produced and engineered specifically to be blended with cotton, is the same used in the Cordura NYCO fabrics. European brand manager Susannah Rayfield explains: "Cordura NYCO fabrics are used by militaries around the world because they're durable and tough enough to function in many different environments, but also incredibly comfortable. We took inspiration from that part of our business and considered bringing those benefits to other applications where people needed durable, comfortable garments. That's where we ended up with the Cordura denim."

TESTED DURABILITY

This durable material has four times the abrasion resistance of equivalent weight 100 percent cotton denim, based on the Martindale abrasion testing. The testing itself, using a 12 kilopascal (KPa) weight with woolen abradant, was more rigorous than the apparel industry's standard 9 KPa weight test. According to Rayfield, the company sees the harsher test as requisite for a material that will be marketed for performance, especially because abrasion resistance is Cordura's key test in deciding whether a product is durable. "Though we also look at tensile and tear," she says, "our experience tells us that a fabric is much more likely to fail from repeated abrasion against a rough surface."

In addition to superior abrasion resistance, Cordura's denim has been shown to hold up to frequent wear without losing its color. "When we've tested it against the European industrial laundry standards, which is 100 washes at 75°C (165°F) wash temperature, we also saw much higher color retention," explains Rayfield. This property is especially valuable for the fabric's use in the outdoor industry. When outdoor activities get rough and messy, apparel must be able to stand up to not only wear, but frequent washing.

A CROSSOVER FABRIC

Invista began developing its denim two years ago, with the goal of producing a more

durable fabric. The company believes that, like its 100 percent cotton predecessor, what started as workwear will evolve into an everyday product. "What we see is a carryover," notes global Cordura brand manager and marketing director Cindy McNaul. "We officially started the launch with workwear, and it was a very quick transition over to fashion even quicker than we may have expected." Cordura has already seen interest from the skateboarding and ready-to-wear markets, and it is ready to explore the possibilities of the denim's use in outdoor and lifestyle apparel. In this spirit, the material will launch in the U.S. at the Outdoor Retailer Summer Market show in August. McNaul comments, "It's a natural progression from workwear into ready-to-wear that can be used for hiking and outdoor gear."

THE APPEAL OF DURABLE DENIM

The Cordura denim range presents exciting possibilities for the lifestyle outdoor market. Those possibilities begin with the high value of durability in this economic climate. "People are willing to spend a little bit more if the product will last a little bit longer," says McNaul. "We are seeing consumers who are less luxury-oriented and more value-oriented." With its strength and color retention, the material looks to be versatile not only in use, but also in styling. Inspired by fabrics seen at the Denim by Première Vision show in Paris, the Cordura team is especially interested in seeing how their product might react to distressing. As Rayfield points out, "There could be potential to process Cordura denim in a harsher way to get a broader range of different effects." McNaul agrees, explaining that, "Our theory is that because it is more durable, it might lend itself to a broader spectrum of processing, including stonewashing, abrasion, rips and tears. The fabric would look worn without deteriorating rapidly." Techniques for distressing the material are only the first of many styling prospects to be explored.

ANOTHER DURABLE FABRIC FOR THE CORDURA LINE

With this introduction of a groundbreaking new denim fabric, Invista hopes to change not only the way the outdoor apparel market looks at denim, but at the Cordura brand. "In the early days, our filament-based fabric was known for its use in backpacks and luggage," says McNaul. "What we're hoping to introduce people to, if they're not already aware, is the versatility of our product offering. Through our material, we demonstrate that you don't have to sacrifice comfort for durability." The Cordura brand is presenting itself more decidedly than ever as a fabric brand. "Over the past 2 or 3 years, our range has grown enormously, but they all still have a measurable durability story," comments Rayfield. Innovation continues to be the driving factor, but it is always grounded in three values: durability, versatility, reliability. With these qualities behind its design, the new Cordura denim fabric invites a wealth of possibilities within the outdoor industry. ▲

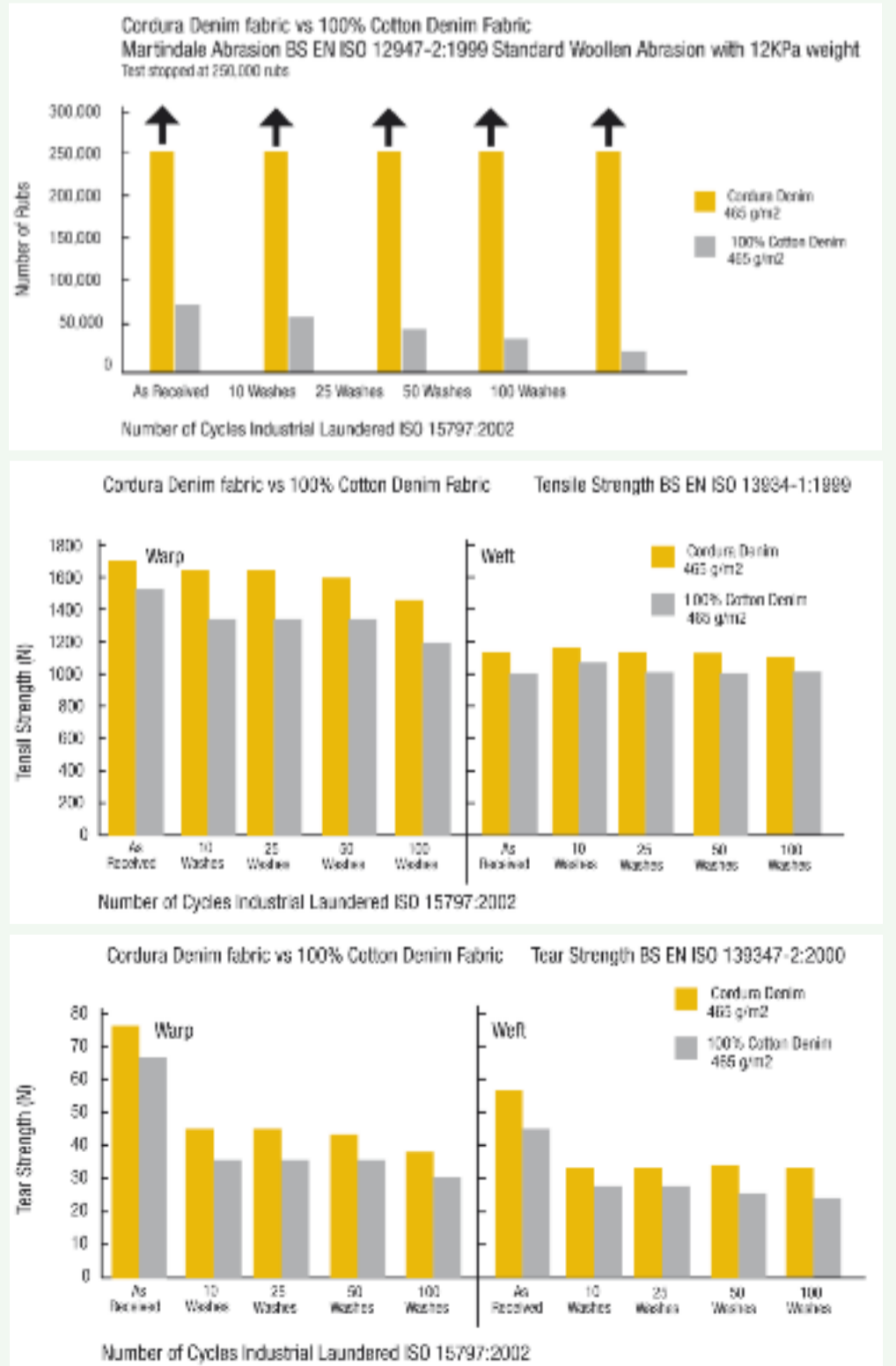


Cindy McNaul, global brand manager and marketing director. On the right a picture of Cordura campaign.

THE NEW CORDURA MARKETING PROGRAM

Cordura recently launched the "Durable Fabrics for Durable People" marketing program, including an interactive website, communication initiatives, and new point-of-sale branding. The campaign revolves around the tagline, "As long as the world is full of durable people, we'll keep making durable fabrics." The new website was designed to make it easier for end-users, retailers and companies to find out where to find genuine Cordura brand fabric. It includes the "Durability Experience" section, which illustrates Cordura fabric in action. Users get a 360-degree view of

seven different characters outfitted in Cordura from head to toe, with pop-ups offering additional product details and links. The site also includes the interactive "mill finder," designed to help customers locate where they may be able to source Invista qualified Cordura fabrics across the globe. In synch with the new message, the company redesigned sewing labels and hangtags. The point-of-sale branding changes were orchestrated to enhance and enforce brand value, featuring the tagline, "durable, versatile, reliable." www.cordura.com



PARLANO SUSANNAH RAYFIELD & CINDY MCNAULL

Cordura Denim: un nuovo tessuto per persone "durevoli"

La marca americana introduce questa innovazione notevole nel luogo in cui la moda e la funzionalità si incontrano: l'abbigliamento outdoor.

Alla fiera A + A in Germania l'anno scorso, il mercato dell'abbigliamento di lavoro parlava solo dell'innovativo tessuto in denim della Cordura. Con la sua durabilità e vestibilità comoda, il prodotto non poteva che interessare molto a questo mercato. E quest'anno poi ha colto l'attenzione del mercato moda e prêt-à-porter alla mostra Denim by Première Vision a Parigi, dove alcune delle principali marche internazionali del tessuto jeans hanno espresso un vivo interesse. Ora, l'équipe della Cordura introduce questa innovazione notevole nel luogo in cui la moda e la funzionalità si incontrano: l'abbigliamento outdoor.



Susannah Rayfield, Europe brand manager.

COS'È CORDURA DENIM? - Cordura Denim è stato progettato per fornire la sensazione e l'aspetto autentici al 100% del tessuto denim in cotone, ma con una mescolanza specifica di fibre che aumentano la durabilità in modo notevole. Il prodotto si basa su cotone al 88% con il 12% di fibra Invista T420 nylon 6.6. La fibra Invista 6.6, realizzato espressamente per essere usato con il cotone, è la stessa utilizzata nei tessuti Cordura NYCO. Susannah Rayfield, Brand Manager Europa, spiega: "I tessuti Cordura NYCO vengono utilizzati dai militari in tutto il mondo perché oltre ad essere durevoli e resistenti in molti ambienti diversi sono anche incredibilmente comodi. Ci siamo ispirati a quel settore del nostro business e abbiamo pensato di apportare questi vantaggi ad altre applicazioni dove servono capi comodi e durevoli. E così siamo arrivati a Cordura Denim."

DURABILITÀ PROVATA - Questo tessuto durevole vanta una resistenza all'abrasione quattro volte maggiore del peso equivalente di denim in cotone al 100%, secondo le prove di abrasione Martindale. Il test

utilizzava un peso di 12 kilopascal (Kpa) con abrasivo di lana ed era più rigoroso del test standard dell'industria che utilizza un peso di 9 Kpa. Secondo Rayfield, l'azienda considera la prova più severa una necessità per un tessuto che sarà commercializzato per la sua performance, visto che la resistenza all'abrasione è la prova chiave di Cordura per decidere se un prodotto è durevole o meno. "Consideriamo anche la resistenza agli strappi," continua, "ma la nostra esperienza indica che un tessuto è più soggetto a cedere ad abrasione continua contro una superficie ruvida." Oltre a vantare una resistenza superiore all'abrasione, si è dimostrato che Cordura Denim non perde il colore anche dopo uso frequente. "L'abbiamo testato contro gli standard europei di lavanderia che prevede 100 lavaggi a 75°C, e abbiamo rilevato una capacità di mantenere il colore molto più alto," spiega Rayfield. Questa caratteristica è particolarmente importante per tessuti utilizzati nel settore outdoor. Quando le attività outdoor si fanno dure e sporche, l'abbigliamento deve resistere non soltanto all'usura ma anche a lavaggi frequenti.

UN TESSUTO CROSSOVER - Invista ha cominciato a sviluppare il proprio denim due anni fa, cercando di produrre un tessuto più resistente. L'azienda crede che, come il suo predecessore in cotone al 100%, ciò che era inizialmente abbigliamento di lavoro si evolverà per diventare un prodotto per l'uso quotidiano. "Stiamo assistendo ad un carryover," nota Cindy McNaull, global brand manager e marketing director alla Cordura. "Ab-

biamo iniziato il lancio ufficiale con abbigliamento da lavoro, e poi c'è stata una transizione verso la moda più rapida di quanto ci si aspettava." Cordura ha già visto interesse dai mercati dello skate e del prêt-à-porter, ed è pronta ad esplorare le possibilità dell'utilizzo del denim in abbigliamento outdoor e lifestyle. In quest'ottica, il tessuto sarà lanciato alla fiera Outdoor Retailer Summer Market negli USA nel mese di agosto. McNaull commenta: "È una progressione naturale da abbigliamento da lavoro verso il prêt-à-porter che può essere utilizzato anche per trekking e outdoor."

L'ATTRAZIONE DEL DENIM DUREVOLE - La gamma Cordura denim presenta possibilità interessanti per il mercato lifestyle-outdoor. Queste possibilità partono dal valore aggiunto della durabilità nell'attuale clima economico. "I clienti sono disposti a pagare qualcosa di più se un prodotto dura un po' di più," dice McNaull. "Vediamo oggi clienti orientati un po' meno al lusso ma più al valore." Con la sua resistenza e ritenzione del colore, il tessuto sembra versatile non solo nell'uso ma anche nello stile. Inspirato a tessuti visti al Denim by Première Vision a Parigi, la squadra Cordura è particolarmente interessata a vedere come il prodotto potrebbe reagire al distressing. Come fa notare Rayfield, "Ci sono forse delle potenzialità nel trattare il Cordura denim con sistemi più severi per ottenere una gamma più estesa di effetti diversi." McNaull concorda e spiega che "La nostra teoria è che siccome è più durevole, il tessuto potrebbe prestarsi ad una gamma più estesa di elaborazioni, compreso stonewashing, strappi e tagli. Il tessuto avrebbe un aspetto vissuto senza deteriorarsi rapidamente." Le tecniche per produrre tessuto con un aspetto usato sono soltanto le prime prospettive stilistiche da esplorare.

UN ALTRO TESSUTO RESISTENTE - Con l'introduzione di un innovativo tessuto denim, Invista spera di cambiare le percezioni del denim nel mercato di abbigliamento outdoor, come anche all'interno della marca Cordura. "Nei primi tempi, il nostro tessuto a filamenti era conosciuto per il suo utilizzo in zaini e bagagli," dice McNaull. "Ciò che vorremmo far passare adesso è la versatilità della nostra offerta. Con il nostro tessuto dimostriamo che non occorre sacrificare il comfort per la durabilità." La marca Cordura si pone in maniera sempre più decisa come una marca di tessuti. "Negli ultimi due o tre anni, la nostra gamma si è estesa notevolmente, ma tutti i nostri prodotti hanno una storia comprovata di durabilità," commenta Rayfield. L'innovazione è ancora il fattore guida, ma è sempre basata su tre valori: durabilità, versatilità e affidabilità. Con queste tre qualità al cuore del suo design, il nuovo denim Cordura si apre a molteplici possibilità all'interno dell'industria outdoor. ▲



LA NUOVA CAMPAGNA MARKETING FIRMATA CORDURA



Cordura ha recentemente lanciato il programma di marketing "Tessuti durevoli per persone durevoli", che comprende un sito web interattivo, iniziative di comunicazione e nuove marche presso i punti vendita. La campagna è incentrata sulla frase, "finché il mondo sarà pieno di gente durevole, continueremo a produrre tessuti durevoli." Il nuovo sito web aiuta clienti finali, retailer e aziende a trovare punti vendita del tes-

suto autentico Cordura. Include una sezione "Durability Experience" che illustra il tessuto Cordura in azione. Agli utenti viene fornita una visione a 360° di sette personaggi diversi vestiti da Cordura da capo a piedi, con pop-up che forniscono ulteriori dettagli sui prodotti e link. Il sito offre anche il "mill finder" interattivo pensato per aiutare i clienti a trovare fonti qualificate di tessuti Cordura in tutto il mondo. In sintonia con il nuovo messaggio, l'azienda ha ridisegnato le nuove etichette e ganci. I cambiamenti nel branding presso i punti vendita sono stati pensati per rafforzare il valore del marchio, e portano tutti il messaggio "durevole, versatile, affidabile."

www.cordura.com



MyNav 600 PROFESSIONAL



MyNav 500 SPORT

Especially designed for outdoor GPS navigation

- GPS Sirt Star III
- IP57 IPX7
- Display Transflective
- Ready to use _ Map inside
- Outdoor + Street

www.mynav.com