Interview met Allura-designers over de ontstaansgeschiedenis van de nieuwe collectie

**‘Nederland loopt voorop qua trends’**

**De nieuwe Allura collectie van Forbo is een feit. Fraaie hout- en steendessins, de introductie van de Hongaarse punt, maar ook bijzondere (niche)vloeren zoals de Galaxy en Fluid. Een hele brede collectie ook, met tegels en planken waarmee eindeloos gecombineerd kan worden. Allemaal ontworpen door Forbo’s eigen designstudio. Dorothé Kessels (hoofd van de vinyl designafdeling) en Thomas Eurlings (senior designer vinyl) leggen de ontstaansgeschiedenis van het nieuwe Allura bloot.**

Die geschiedenis begint in China, daar werd de eerste Allura collectie jaren geleden geproduceerd. In zekere zin bestond het ontwerpproces uit niet veel meer dan het kiezen van de kleuren. Het bleek een eenmalig experiment want de afstand maakte het volgens Dorothé moeilijk om unieke dessins te maken en een eigen Forbo handschrift te ontwikkelen. Bovendien was de levertijd lang en waren de transportkosten - ook gerekend in milieukosten - hoog. Daarom besloot Forbo om Allura in eigen land te gaan maken. De eigen Nederlandse fabriek in Coevorden heeft veel voordelen zoals het vlug inspelen op trends. Daarnaast kan de klant razendsnel bediend worden.

Inmiddels is de vierde Allura collectie net geïntroduceerd. Door goed naar de Nederlandse (en internationale) markt en trends te kijken, is het een zeer actuele collectie geworden. Dorothé en Thomas reisden naar verschillende landen voor marktonderzoek en om inspiratie op te doen. Een voorbeeld hiervan is de Oblique in de collectie; een kleurrijke marmer die diagonaal op de tegel staat. De inspiratie hiervoor waren verschillende natuurstenen vloeren die Thomas in Italië tegenkwam.

‘In de loop der jaren hebben we ons eigen handschrift ontwikkeld om ons te kunnen onderscheiden’ aldus Thomas. De zogenaamde Forbo Signature is bijvoorbeeld terug te zien in de kwaliteit van de houtdessins, maar ook in expressieve vloeren zoals de Galaxy en Fluid. De Fluid is een papiermarmer, waar zo diep op ingezoomd is dat de structuur van het papier zichtbaar is. Bij de Galaxy is het tegenovergestelde het geval en juist uitgezoomd. Dit is een namelijk een vloer met een print die sterrenstelsels weergeeft.

Enkele evergreens (succesnummers bekend uit eerdere Allura collecties) zijn vernieuwd, bijvoorbeeld door een textuur te geven aan een van de betondessins, of door de houten een actuelere kleur te geven. Daarnaast is de nieuwe collectie rijk aan maten. De kleinste plank van 50 x 15 centimeter is zeer geschikt voor decoratieve vloeren terwijl de Giant oak, een enorme plank van 180 x 32 centimeter, een meer minimalistische, Scandinavische look geeft. Dit laatste sluit aan bij de behoefte aan steeds grotere planken en tegels. Daarom zit er nu ook standaard een betonnen tegel van 100 x 100 centimeter in de collectie.

**Trendrapport**

Aan de basis van de eerdergenoemde Forbo Signature ligt het eigen trendrapport dat de Forbo designstudio tweejaarlijks maakt. Het boekwerk is een resultaat van Forbo’s internationale designers en denktanks met kunstenaars, architecten, wetenschappers, onafhankelijke ontwerpers etc. waarin ze in beeld en tekst hun visie op de toekomst weergeven. Denk hierbij aan culturele ontwikkelingen, trends, tendensen en waarden die het aanzien van de dag van (over)morgen gaan bepalen.

Ook de segmenten waarin Forbo opereert, werden meegenomen in het marktonderzoek. Zo bleek dat binnen de retailsector een vloer niet langer als ondersteunend wordt gezien, maar dat winkels juist een vloer willen waar veel zorg aan is besteed, en die soms ook heel erg opvalt. Dorothé: ‘Nu veel producten via internet worden gekocht, is de winkel echt een interactieve plek geworden en zoekt men veel meer naar een experience. De vloer kan een onderdeel van deze beleving zijn.’

Tot slot speelden de verschillende markten waarin Allura verkocht gaat worden een rol. Zo willen de Fransen graag kleur in de vloer, houden de Scandinaviërs van lichte vloeren, is Duitsland klassiek en prefereren de Engelsen steen en klassiek. En Nederland? Thomas: ‘Nederland is het perfecte pilotland. We lopen voorop. Wat hier verkoopt, gaat het later in andere landen ook vaak goed doen. Neem de Solids, de brede plank of de Hongaarse punt in deze collectie. Allemaal ontworpen met de Nederlandse markt in het achterhoofd, maar over een paar jaar verkoopt dat ook in het buitenland.’