

PINKER MODA

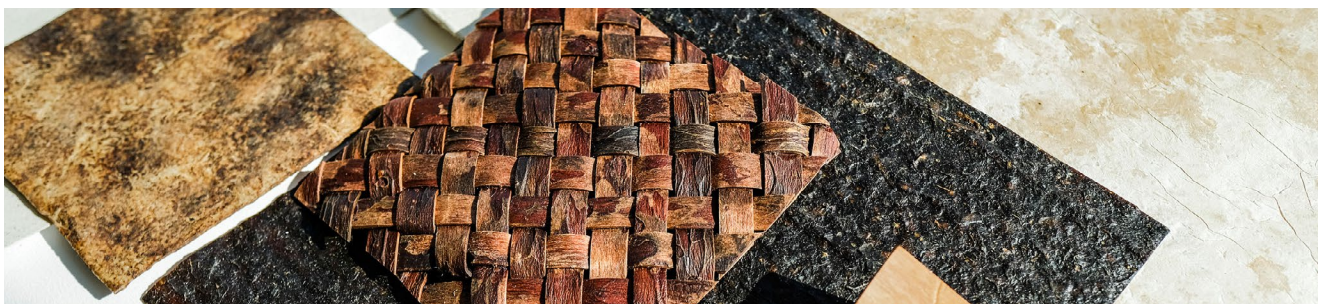
TOP Tendencias



ABRIL 2020

Heimtextil Trend Council lanza un pronóstico de tendencias para 2021/22

Como ya es habitual, la reunión de primavera del Heimtextil Trend Council marca el lanzamiento de los preparativos de la feria comercial del próximo mes de enero.



La crisis originada por el Covid-19 está causando enormes consecuencias sociales y económicas que condicionarán el porvenir global. Los mercados están cambiando drásticamente y nuestra convivencia también está experimentando cambios profundos.

El Trend Council de Heimtextil se ha reunido recientemente para realizar un pronóstico sobre cómo la crisis está influyendo en el diseño de interiores; qué innovaciones formarán parte de vidas en un futuro próximo; y en qué grandes líneas de tendencias nos centraremos la temporada 2021/22.

Los investigadores de tendencias han lanzado una idea inicial sobre el rumbo que tomará el diseño de interiores la próxima temporada. La reunión de este año se ha celebrado en unas circunstancias muy especiales: de forma telemática en plena pandemia mundial. A finales de marzo – principios de abril se llevaron a cabo intensas rondas de intercambios bilaterales en las que

los investigadores de tendencias y los responsables de Heimtextil sentaron las bases para el análisis de las tendencias globales.

Tendencias con un toque escandinavo

Una vez más, el Consejo de Tendencias comprendió las tres agencias de renombre internacional SPOTT Trends & Business (Dinamarca), FranklinTill (Reino Unido) y Stijlinstituut Amsterdam (Países Bajos). Por primera vez, Anja Bisgaard Gaede y su equipo de SPOTT Trends & Business están a cargo del proyecto, lo que le da a Heimtextil Trends un toque escandinavo.

Además de la concepción de Trend Space, las labores de los daneses incluyen la compilación del Heimtextil Trend Book; un catálogo que los productores textiles, diseñadores de interiores y decoradores utilizan como herramienta de trabajo para crear sus nuevas colecciones y conceptos de decoración.

Covid-19, un antes y un después

“Los minoristas y la industria se enfrentan a los que probablemente sean los mayores desafíos que nuestra sociedad ha tenido que superar en tiempos de paz. La situación conllevará profundas afectaciones a largo plazo que condicionarán nuestra forma de decorar los interiores y vivir», explica Olaf Schmidt, vicepresidente de textiles y tecnologías textiles en Messe Frankfurt. “En su función de barómetro de tendencia global, Heimtextil se encarga de reconocer, clasificar y describir lo que sucederá en un futuro inmediato a nivel de tendencias. En estos tiempos turbulentos la labor de nuestros investigadores es todavía más compleja. Como no pueden predecir el futuro, observan los mercados mundiales y utilizan los métodos y herramientas de tendencias e investigaciones” con el objetivo de lanzar unas tendencias lo más acertadas posible.

Laboratorio de innovación digital

Durante la sesión de videoconferencia, los expertos en tendencias identificaron cuatro grandes líneas de diseño y color que se mostrarán en el espacio de tendencias de la próxima edición de Heimtextil. En dicha área, ubicada en el pabellón 3.0 de Messe Frankfurt, destacará el nuevo Laboratorio de Innovación Digital. Dicho espacio destaca las posibilidades y oportunidades de mercado que ofrece una cadena de valor textil digital completa; desde el diseño hasta el producto puramente virtual utilizado por el consumidor final.

Además, la «Biblioteca de Materiales del Futuro», lanzada en la última edición de Heimtextil, regresará la próxima temporada curada nuevamente por Franklin-Till. La biblioteca exhibe una gama de materiales seleccionados e innovadores con una base sostenible,

destacando su potencial específico para aplicaciones en el campo del diseño de interiores.

Un referente para el sector

Las Tendencias de Heimtextil se consideran un instrumento de referencia que marca tendencias para el sector mundial del mobiliario textil. El concepto general incluye un gran paquete de servicios para fabricantes, usuarios y distribuidores. Además, los expositores de Heimtextil recibirán esta publicación antes de la feria como una valiosa ayuda de orientación para el diseño de productos y la construcción de colecciones. Con este recurso, Messe Frankfurt ofrece la posibilidad de que los profesionales del sector tengan acceso a las tendencias de la próxima temporada con la mayor antelación posible. Heimtextil Trend Book incluye combinaciones de colores e información detallada sobre las tendencias de diseño.

La próxima cita de Heimtextil se celebrará del 12 al 15 de enero de 2021.



Zalando lanza “Together I am strong”, una oda al deporte en cuarentena

Zalando celebra el deporte en casa de manera creativa con su primera campaña producida en remoto.



Incluso en tiempos de cuarentena, el deporte une a las personas, aunque sea de manera virtual. En el vídeo de la campaña de Zalando, 11 talentos enseñan cómo practican deporte en su espacio personal.

Together I am strong

La campaña ‘Together I am strong’ muestra cómo los protagonistas enfrentan este desafío y se mantienen activos en casa. Todos ellos tienen una cosa en común: practican deporte desde sus hogares y encuentran fuerzas al estar conectados con el resto de la comunidad.

El vídeo lleva a los usuarios de viaje a través de las casas de los diferentes miembros del elenco; mezclando imágenes, vídeos de drones y animaciones que aportan una idea sobre sus rutinas deportivas.

Retrato de una nueva realidad

Creada por la agencia Kolle Rebbe de Hamburgo, la campaña aborda la nueva realidad de muchos, en la que la creatividad se ha vuelto más necesaria que nunca para seguir practicando deporte desde casa.

Entrenadores, gimnasios y estudios de yoga ofrecen clases a través de las redes sociales. Atletas se reúnen en grupos digitales, entrenan en casa y crean equipos deportivos completamente nuevos. Las botellas de agua se convierten en pesas, las puertas se convierten en barras de ejercicio y las alfombras pasan a ser esterillas de yoga.

Solidaridad con los creativos

Al mismo tiempo, la campaña es una forma de solidaridad con muchos profesionales creativos que se en-

frentan a nuevos desafíos ante la situación actual.

La nueva forma de producción permitió la creación rápida de contenido para los canales de Zalando. El vídeo de la campaña ha sido dirigido por Stefanie Soho y, las imágenes que la acompañan, por Deveroe.

‘Together I am strong’ entra en los hogares de los protagonistas y muestra escenas cotidianas de la nueva realidad que se desarrollan en salas de estar, ventanas y azoteas.

Yoga, atletismo, halterofilia...

Comenzando con la profesora de yoga Steph Cusack que se conecta a través de Zoom en una clase virtual, pasando por la casa de Phillip Pratt, quien está entrenando con su silla de ruedas como pesas.

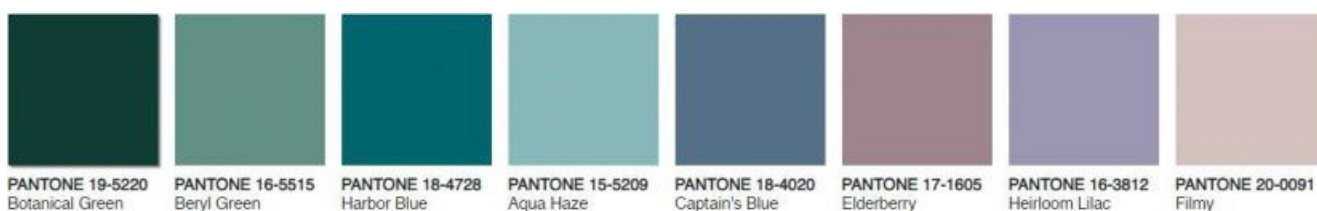
El atleta Max Lang también muestra sus soluciones creativas para seguir entrenando. Saltando de casa en casa, vemos cómo todos se adaptan a esta nueva realidad y encuentran formas de entrenar diferentes.

El vídeo es la pieza clave de la campaña, que se mostrará próximamente en las redes sociales y se adaptará a otros canales de Zalando.



Synergy, de Pantone, una paleta de matices pacíficos y acogedores

Laurie Pressman, Vicepresidente del Pantone Color Institute, presenta las tendencias de color y diseño para la decoración del hogar en 2021.



Las propuestas de Pantone para 2021 nos llevan a una época marcada por las transformaciones sociales y tecnológicas. Los cambios siguen acelerándose a un ritmo vertiginoso ante nuestros ojos. Los hábitos más arraigados se transforman en nuevas y originales maneras de ver, hacer, comprar y comunicar. Si prestamos atención a lo que nos depara el día de mañana, observaremos un futuro caracterizado por un sentido inclusivo y amplio.

Tonos silenciosos y sobrios

Estas sensaciones de conexión plácida y compatibilidad llegan a través de Synergy: una historia de tonos silenciosos y sobrios que tienen protagonismo en PANTONEVIEW home + interiors 2021. Esta paleta pacífica y amable, relajante y meditativa, traslada un sentido de cooperación y colaboración del color. Lo hace a través de tonalidades sutiles, nada estridentes, pese a la evidente teatralidad de los contrastes de claros y oscuros.

Botanical Garden es un verde profundo que sirve de fondo a un malva melancólico y un lila atenuado. Esta mezcla se combina con el Captain's Blue y el tono cerceza acuoso del Harbor Blue, ambos encargados de afianzar la paleta. Un verde esmeralda y un aqua brumoso levantan nuestro ánimo, mientras el rosa plateado Filmly, que pasa casi inadvertido, añade una chispa que capta la atención sutilmente y nos anima a explorar los límites de nuestra imaginación.

La paleta

Las superficies cristalizadas y satinadas de la paleta PANTONE Metallic Shimmers continúan jugando un papel importantísimo en la decoración del hogar de 2021. Tanto si se utilizan como centro de atención o como detalles, los acabados metálicos imprimen una luz dramática, un brillo resplandeciente y un glamour moderno.

Ropa deportiva, el look más usado en días de confinamiento

Roberto Verino ha lanzado una línea de ropa de tendencia deportiva es la mejor alternativa para teletrabajar.

El teletrabajo nos está enseñado que trabajar desde casa no tiene por qué ser aburrido y que hay vida más allá del pijama. La tendencia deportiva en la ropa, en boga desde hace tiempo, se convierte en la más acertada y práctica para estos días de confinamiento.

Ante esta situación, Roberto Verino, marca de moda sinónimo de calidad y un referente del mejor diseño "Made in Spain", ha lanzado una colección de estética deportiva.

La colección masculina de Verino está hecha con materiales elásticos y fluidos que garantizan la máxima comodidad; especialmente en las prendas inferiores, con un protagonismo absoluto de los pantalones jogging. En la parte superiores, en cambio, los polos y chalecos aportan un toque de elegancia a los looks, con tallajes ajustados. Las tonalidades son sobrias e intensas. En la paleta de colores destacan el verde oscuro, el rojo, el azul marino, etc. Los estampados son sobrios: líneas finas, logos y pequeños rombos o pata de gallo.

Acerca de Roberto Verino

Roberto Verino fundó su firma homónima en 1982 y actualmente extiende su presencia en España, Portugal y México a través de más de 180 establecimientos entre tiendas monomarca y corners.



AW LAB presenta su nueva colección con la ayuda de dos avatares virtuales

La presentación de la colección de verano de VRL, la marca de AW LAB, se dará a conocer a través de dos embajadores virtuales.

La firma de sportswear presenta una nueva colaboración con la marca de street VRL, que contará con la original puesta en escena de embajadores virtuales para su lanzamiento. Dichos avatares representan un nuevo mundo, donde lo físico, lo virtual, lo real y lo digital se fusionan.

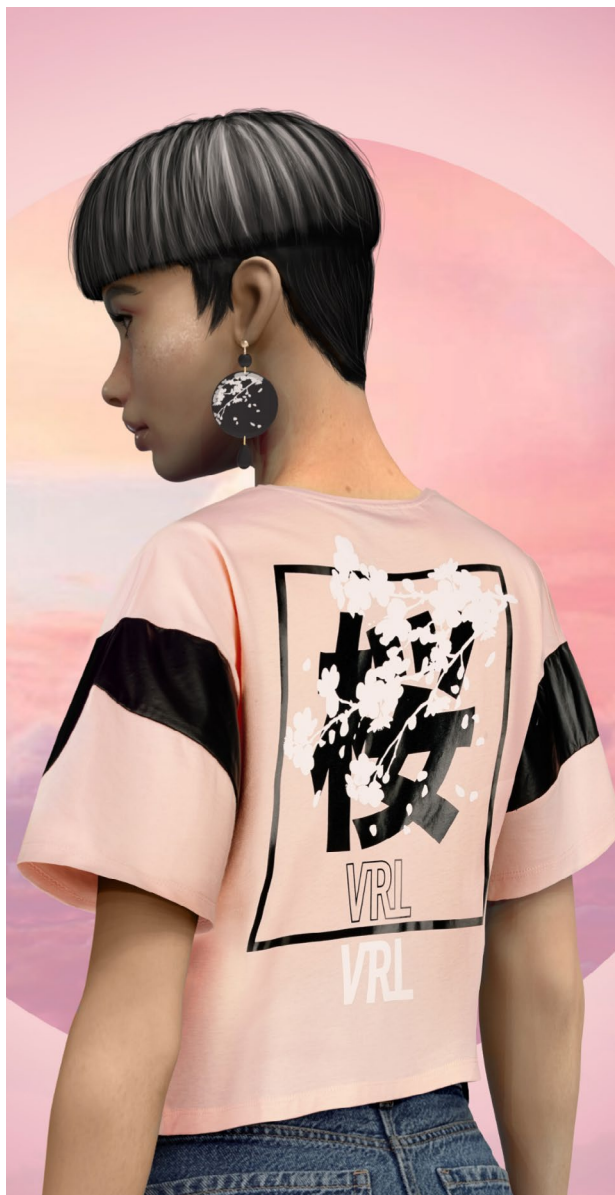
Avatares virtuales

El uso de avatares no sólo es una tendencia, una innovación tecnológica y un cambio de lenguaje, sino que también responde a una necesidad concreta; especialmente en un período de emergencia extraordinaria como el que estamos viviendo y que genera un rápido cambio en la forma de trabajar de las firmas de moda.

Avril y Rail V.

Avril y Rail V., los dos protagonistas de la próxima campaña de VRL, no solo son una imagen, sino que traen consigo su personalidad y su universo de intereses, pasiones y valores diseñados para reflejar el ADN de AW LAB:

Avril es el primer embajador digital, es un avatar femenino de dieciocho años y con una vida activa llena de



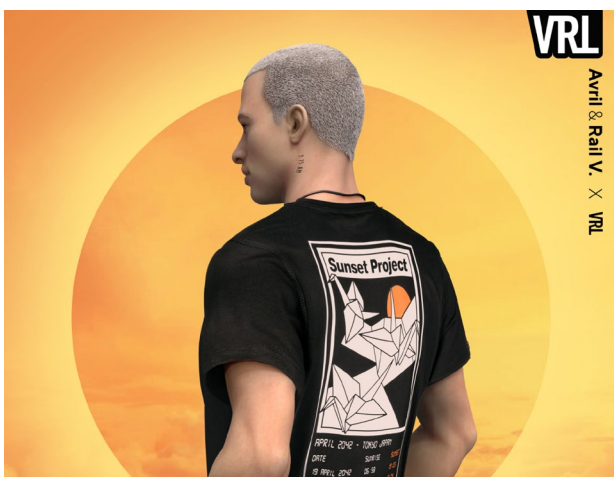
intereses que van desde la música (toca el bajo), hasta la fotografía y el skateboarding.

Por otro lado está Rail V., en el que veremos la línea masculina de VRL, tiene 23 años y es DJ. Juega al baloncesto pero obviamente le encantan los videojuegos. Se viste de calle y tiene una verdadera pasión por las zapatillas. Ambos avatares tienen un estilo de vida saludable y sostenible.

Avril y Rail V. aparecen en los sets de fotos de moda gracias a las imágenes de la campaña de la colección de verano de VRL, la marca de estilo street italiano de AW LAB nacida hace varias temporadas.

Nuevos hábitos post-confinamiento

«Estos días de confinamiento están cambiando radicalmente nuestros hábitos, estilo de vida, forma de ver el mundo... En la recuperación encontraremos un nuevo mundo, con diferentes sentimientos, sueños, esperanzas y necesidades. Un mundo en el que el espacio físico y el virtual se fusionarán tanto en las experiencias de compra como en la comunicación hacia nuestra comunidad. Avril y Rail V. son la cara de este nuevo mundo, las nuevas caras de AW LAB». Son declaraciones de Domenico Romano, Director de Marketing de AW LAB.



Cortefiel presenta su nueva colección de baño para 2020

Cortefiel apuesta por una colección de verano marcada por unos modelos renovados con innovación Perfect Silhouette, tejidos Ecofriendly y piezas reversibles.

El mar, la arena y el sonido de las olas. Pensemos en positivo, dentro de muy poco llegará el verano y podremos disfrutar del buen tiempo y todo lo que ello supone.

Perfect Silhouette, ecofriendly y versátil

Como novedad para esta temporada, Cortefiel apuesta por la incorporación de un tejido innovador que consiga crear un efecto Perfect Silhouette, realzando y moldeando la figura.

Además, la marca está apostando por la sostenibilidad como uno de los objetivos principales este año 2020. Siguiendo este concepto, la nueva línea de baño es Ecofriendly gracias al tejido reciclado del que está creado.

Como última novedad de esta colección, Cortefiel ha incorporado modelos reversibles para que podamos disfrutar de un dos en uno todo el verano.

Cortefiel propone tres tendencias diferentes según el momento del día:



Modern Marine

Inspirada en el mar y la vida marina. Trajes de baño, bikinis y caftanes muestran la reinterpretación de las rayas gracias a tonos llamativos. Figuras de navegación, mapas, banderas, refinados aros de metal o los sencillos y elegantes diseños bicolor de cuerdas marineras son algunos de los estampados por los que han apostado para esta colección.

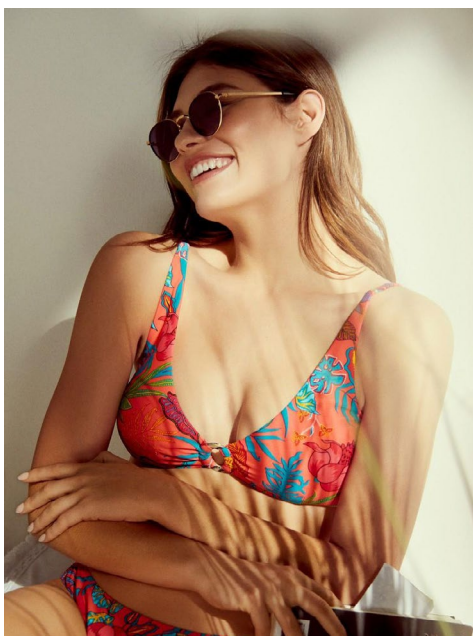
Wild Resort

Una tendencia enfocada en los atardeceres de verano de una viajera nómada, en la que se mezclan y combinan estampados animales con hojas tropicales y piezas monocolor en tonos negros. El bañador se alza como pieza clave del estilismo gracias a los escotes profundos y atrevidos que conseguirán que no quieras que las tardes de verano finalicen. Mientras que los vestidos se convertirán en la prenda indispensable para lucir durante los atardeceres.



Eco Tropical

Estampados florales exóticos en colores vivos con fondos en tonos de última tendencia como corales y turquesas harán que quieras vivir un verano tropical infinito. Una colección para mujeres más desenfadadas gracias a sus escotes sugerentes y la incorporación de los volantes en algunos de sus modelos. Tirantes asimétricos y toques como las anillas en imitación de carey hacen que las prendas de baño se conviertan en exclusivas.



PINKER MODA

DOSSIER PREMIUM

TOP Tendencias

ABRIL 2020