INFORMATIVO

MODA AGORA

INSPIRAMAIS

MILLENNIAL PINK | RÉPTIL | APROPRIAÇÃO

MILLENNIAL PINK

O NÚCLEO APOSTA

jovem

esportivo

Em épocas de valorização do feminino, a cor Rosa assume importância simbólica e vai embrenhando-se no cotidiano das pessoas, especialmente no setor **jovem e esportivo.**

O termo para guardar na memória – e aplicar na coleção – é Millennial Pink. Trata-se não de um tom específico, mas de uma gama de rosas, especialmente claros e indo em direção ao bege, que, inclusive, podem ser usados juntos, montando uma proposta monocromática de **total look.**

Rose Quartz 13-1530

Pale Dogwood 13-1404

Peach Nectar 14-1228

Candy Pink 14-1922

Destaque para os pantones **Rose Quartz 13-1530, Pale Dogwood 13-1404, Peach Nectar 14-1228 e Candy Pink 14-1922.** Trata-se de um rosa irônico, sem ser fofo e açucarado, ao contrário, sua estranheza lhe concede um efeito de sofisticação.

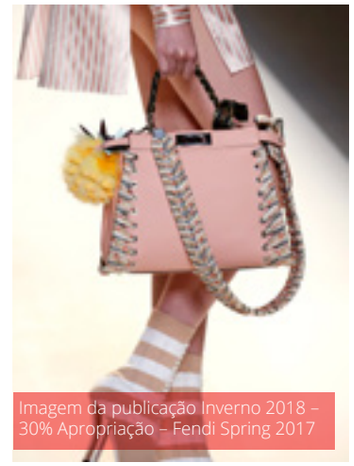
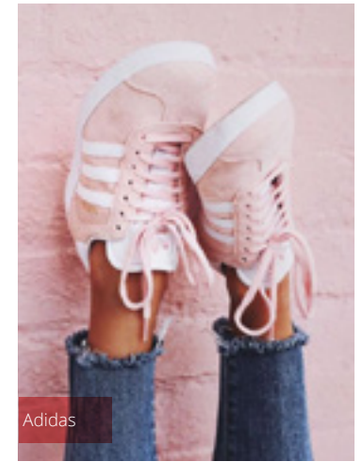
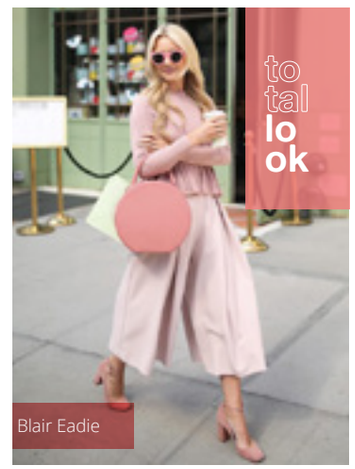


Imagem da publicação Inverno 2018 – 30% Apropriação – Fendi Spring 2017

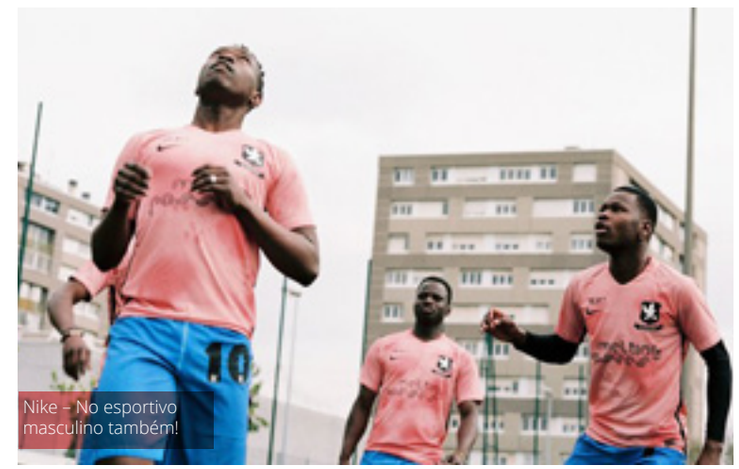
Fenty x Puma



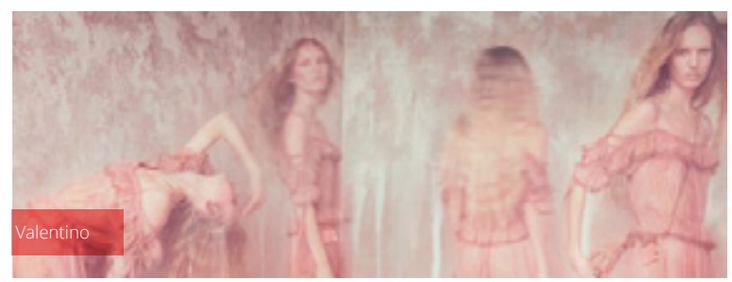
Adidas



Blair Eadie

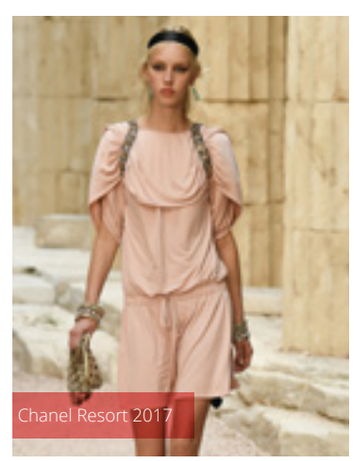


Nike – No esportivo masculino também!



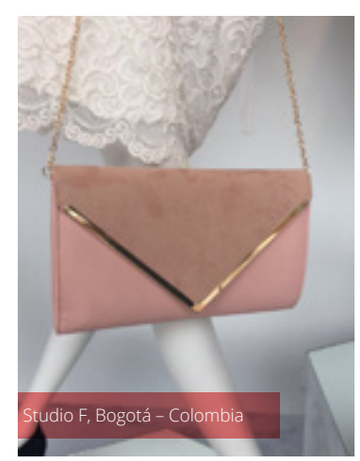
Valentino

Fenty x Puma



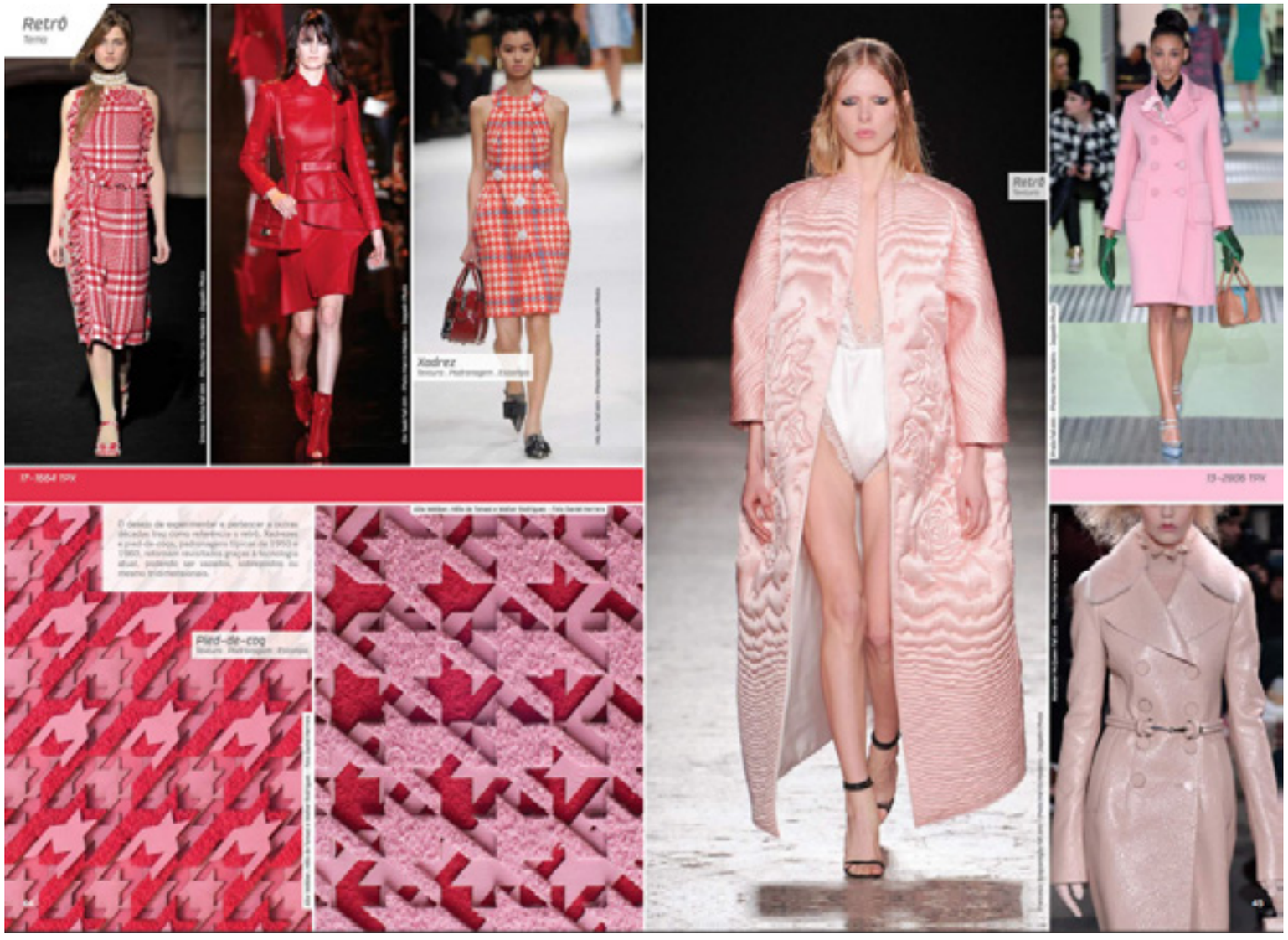
Chanel Resort 2017

Valentino



Studio F, Bogotá – Colombia

JÁ SAIU NA PUBLICAÇÃO



30% PERTENCIMENTO
TEMA RETRÔ

Verão 2017, lançado em Fevereiro de 2015

RÉP TIL

Comercial!

objeto do desejo

Não importa qual tipo de réptil – cobra, crocodilo, lagarto – qualquer superfície pode virar desejo!

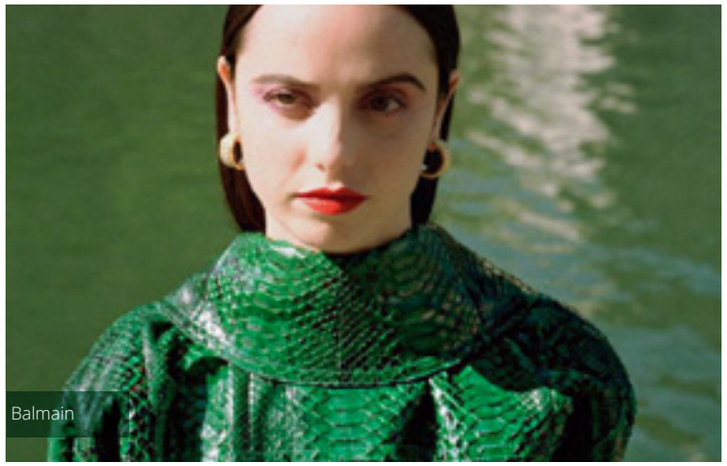
Pense no seu público e cliente e veja se a proposta mais bacana é usar as cores ao natural, ou superfícies de répteis coloridos ou metalizados!

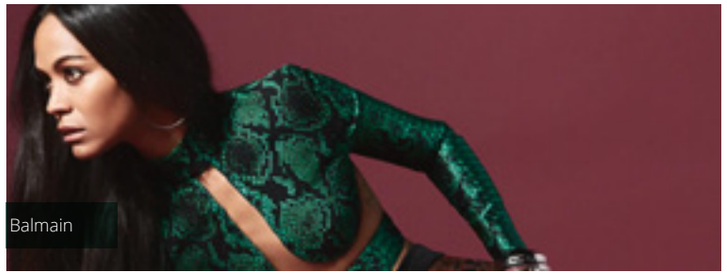
Imagem da Publicação Verão 2018 – 30% Ubuntu – Axel Salto

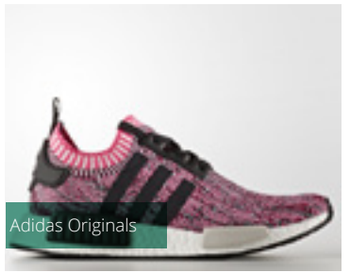
Animale

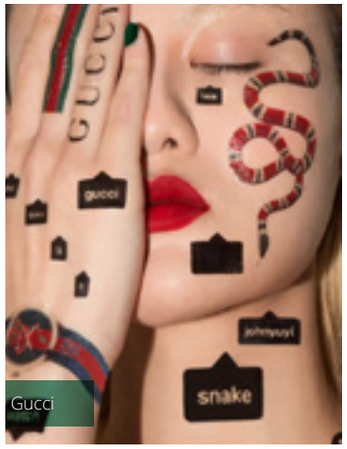
Animale

Gucci Fall 2017

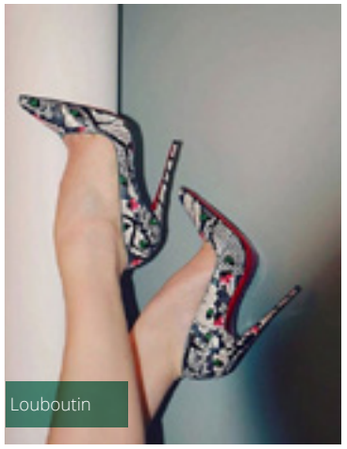

Balmain


Balmain


Adidas Originals

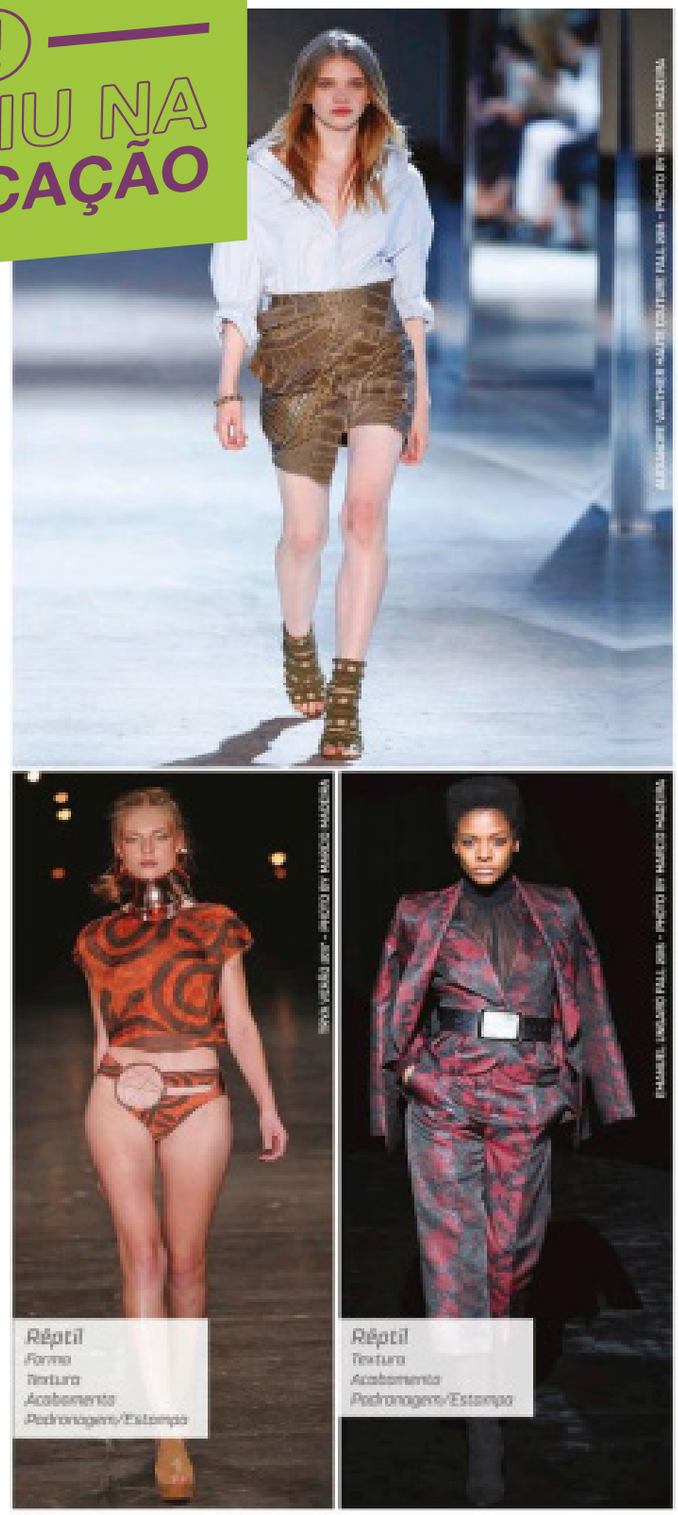


Gucci


Louboutin

kendall jenner

JÁ SAIU NA PUBLICAÇÃO



Destaques Nude / Toque aveludado / Ultramacia / Réptil

30% UBUNTU
TEMA PROVOCANTE

Verão 2018, lançado em Agosto de 2016

APROPRIAÇÃO

aposta

A palavra Apropriar-se significa “tomar para si”. Assim, signos e símbolos já muito conhecidos, e que despertam o desejo, são utilizados por marcas de uma forma inovadora e subversiva. Isso resulta num produto inovador e com certa ironia.

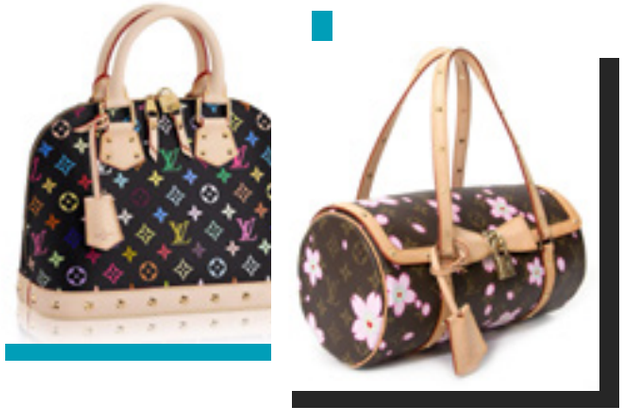
A maioria das marcas tem escolhido ícones artísticos para apropriar-se e trabalhar um novo produto. Porém, essa ideia não é efetivamente nova, confira uma linha do tempo de cases e inspire-se, Aproprie-se!

1937

Estilista Elsa Schiaparelli apropria-se da arte surrealista de Salvador Dalí.

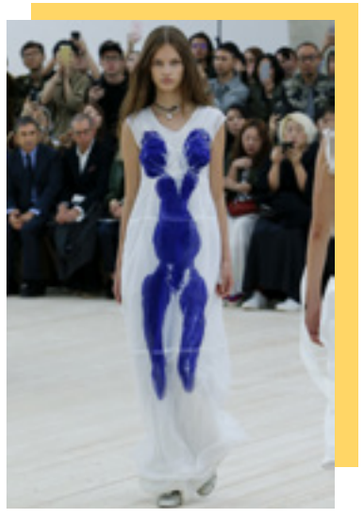
1965

Yves Saint Laurent apropria-se da obra de Piet Mondrian e lança o sucesso e antológico Mondrian Dress.



2003

A Louis Vuitton, em parceria com o artista japonês Takashi Murakami, lança uma coleção de bolsas com o logo LV colorido e desenhos estilo mangá.



2016

Céline lança em sua coleção Spring 2017 vestidos com estampas do trabalho de Yves Klein, conhecido pelo uso sempre do mesmo tom de azul, que passou a ser conhecido com seu nome, Azul Klein.

2017

Louis Vuitton faz uma parceria com Jeff Koons, e este, num movimento de dupla apropriação, utiliza imagens de grandes clássicos da pintura para estampar as bolsas e acessórios.

INFORMATIVO

MODA AGORA

INSPIRAMAIS

PESQUISA DE CONTEÚDO:
Walter Rodrigues e Julia Webber