

AARON DELGUZZOPROPIETARIO DE LIKELIHOOD,
SEATTLE, EE.UU

Estaremos buscando innovación en materiales y en cómo marcas evolucionan en color. Tenemos ganas de ver cómo los materiales se vuelven más funcionales, como la reflectividad. Creemos que continuará la paleta de colores mutados o piel sobre piel. Esto se ve construido en el éxito del sneaker de color arena de Raf Simons para Adidas

y la colección Yeezy 1. Creo que la próxima gran tendencia será el retorno de la masculinidad.

Hemos visto muchas líneas neutrales en cuanto el género y lo que ha hecho es redefinir la masculinidad lejos de las reglas

estrictas de la vestimenta. Sin embargo, creo que veremos un regreso hacia una masculinidad tradicional en cuanto a colores, siluetas y estilo, pero con la incorporación de diseño conceptual de gráficos llamativos, negros con blancos.

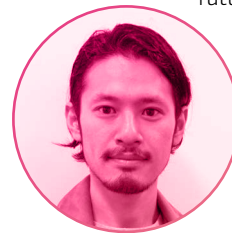
**PETRA FISCHER**DIRECTORA GENERAL DE FISCHER
FASHION HOUSE EN CONSTANZA Y
SINGEN, ALEMANIA

Nuestro centro de atención es la individualidad enfatizando la personalidad, y adicionalmente a las tendencias internacionales de colecciones básicas y de diseñador, estamos en busca de los qué nuestros clientes realmente quieren. Esto es sólo posible a través de mantener lazos estrechos con nuestros clientes. La tendencia hacia la individualidad y la manera en cómo cada uno presenta su propia personalidad está incrementando cada vez más. Los clientes quieren algo especial. Ciertas características pueden enfatizarse a través del uso de accesorios Premium. Mujeres con actitud relajada están comprando productos superiores y mezclan aspectos deportivos con clásicos femeninos para crear un estilo urbano.

TAISUKE SAWAMURADIRECTOR DE WARE-MO-KOU EN
TOKIO, JAPÓN

Los materiales serán un factor muy importante cuando hablemos de lo que estamos buscando en futuros trade shows y pasarelas. Nos centramos en ideas sobre cómo organizar los materiales. Lo que esperamos como la próxima gran tendencia es el vintage y lo antiguo. Como creo, la individualidad de la tienda será un factor importante en el futuro del mercado. Cada vez será

de mayor obligación para una tienda presentar singularidad y un estilo original que no puede ser encontrado en otro lado.

**GIORGIO DANTONE**PROPIETARIO DE DAAD DANTONE,
MILÁN, ITALIA

Nuestros clientes están siempre buscando nuestras novedades,

nuestra fórmula de entender al hombre y la mujer contemporáneos. Las formas, volúmenes y materiales de los

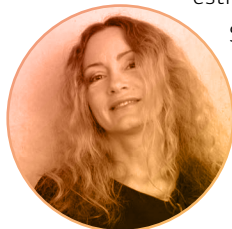
nacientes diseñadores chinos han sido las principales peticiones

y han recibido un gran espacio en nuestras tiendas. En las próximas pasarelas buscaremos nuevas

propuestas para sorprender a nuestros clientes, como hacemos cada temporada. El regreso del romanticismo del inicio de los 90 será una gran tendencia nueva.

**ANNETTE****BENDLER-WIEDENHÖFER**
PROPIETARIA DE BENDLER SHOW-
ROOM, ERFURT, ALEMANIA

Los principales elementos que he escogido son materiales de alta calidad de extremo confort y diseños donde las técnicas de corte han sido perfectamente ejecutadas. Dejamos de ir a la caza de grandes tendencias hace ya algunas temporadas. Las tendencias actuales serán ya obsoletas mañana, o serán copiadas miles de veces. Actualmente las tendencias son a menudo confundidas con estilos mainstream o uniformidad.



Sin embargo, durante la pasada temporada, los clientes quisieron explícitamente cardiganes largos de punto y artículos con detalles en forma de flecos.

HELEN KHILKOVADIRECTORA EJECUTIVA Y
COFUNDADORA DE ATELIER 1, KIEV

Para mí, lo mejor es las dos mitades de mirar en ferias y pasarelas. Lo nuevo y lo más nuevo – quiero ver la primera temporada, la prime-



ra colección. Quiero ser de los primeros en encontrar y seguir

a un diseñador. Luego, cómo la gran marca se desarrolla y

cómo desarrolla su producto. Creo que la división entre pre-

ndas silenciosas (Céline) y prendas

bulliciosas (Moschino) continuarán durante unas cuantas temporadas más. La idea es que puedas

ser uno o el otro, pero también la combinación crea una idea comercial fuerte. Los clientes continúan

mezclando prendas vintage o de archivo con moda contemporánea. Tengo ganas de ver los nuevos

nombres en Lanvin, Balenciaga y Dior que mostrarán sus primeras colecciones durante 2016.