

AARON DELGUZZO

PROPRIETARIO DI LIKELHOOD,
SEATTLE, USA

Cercheremo l'innovazione nei tessuti e il modo in cui le griffe si evolvono nei colori. Siamo entusiasti di vedere come i tessuti diventano più funzionali, come i riflettenti. Noi pensiamo che sulla tavolozza colore continuerà il tono su tono. Si basa sul successo delle sneaker color sabbia Raf Simons per Adidas e la collezione Yeezy 1.

Credo che la prossima grande tendenza sarà un ritorno alla mascolinità. Abbiamo visto un sacco di linee dal genere neutro e questo ha ridefinito la mascolinità dalle norme rigorose. Tuttavia credo che vedremo un ritorno ai tradizionali colori maschili, alle silhouette e allo stile, ma con l'aggiunta di disegni grafici audaci, con nero e bianco.

**PETRA FISCHER**

DIRETTORE DI FISCHER FASHION
HOUSE A COSTANZA E SINGEN,
GERMANIA



La nostra attenzione si concentra su come sottolineare la personalità, e in aggiunta alle tendenze internazionali dei designer e delle collezioni, andiamo alla ricerca di ciò che i nostri clienti vogliono davvero. Ciò è reso possibile solo attraverso il mantenimento di stretti legami con i nostri clienti. La tendenza all'individualismo e il modo in cui un individuo presenta la propria personalità è sempre alla ribalta. I clienti vogliono qualcosa di speciale. Alcune funzionalità possono essere enfatizzate attraverso l'uso di accessori premium. Le donne stanno acquistando prodotti di qualità superiore e coniugando elementi sportivi con i classici femminili per creare un look urbano.

TAISUKE SAWAMURA

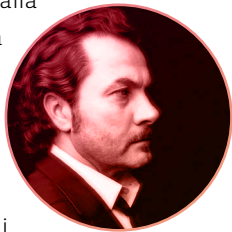
DIRETTORE WARE-MO-KOU A TOKYO,
GIAPPONE

I materiali sono un fattore molto importante se si parla di quello che cerchiamo alle fiere e alle sfilate. Ci concentriamo su idee legate al materiale. Quello che ci aspettiamo come grande tendenza sono l'antico e il vintage. Credo che l'individualità dei negozi sia il fattore chiave per il futuro del mercato, sarà obbligatorio per un negozio presentare l'unicità e uno stile originale che non può essere trovato altrove.

**GIORGIO DANTONE**

TITOLARE DEL DAAD DANTONE
MILANO, ITALIA

I nostri clienti sono sempre alla ricerca delle nostre novità, la nostra formula per donne e uomini contemporanei. Le forme, i volumi e i tessuti dei nuovi designer cinesi sono sicuramente state le principali richieste e perciò ricevono ampio spazio nei nostri negozi. Alle prossime sfilate cercheremo sicuramente nuove proposte al fine di sorprendere i nostri clienti, come facciamo ogni stagione. Il ritorno del romanticismo dei primi anni novanta è una nuova grande tendenza.

**ANNETTE**

BENDLER-WIEDENHÖFER
TITOLARE DI BENDLER SHOWROOM,
ERFURT, GERMANIA

I principali elementi che cerco sono i materiali di alta qualità che sono estremamente comodi da indossare e look in cui la tecnica di taglio è stata eseguita perfettamente. Ci siamo fermati dalla ricerca delle grandi tendenze diverse stagioni fa. Le tendenze di oggi saranno già obsolete domani, o saranno state copiate mille volte. Al giorno d'oggi le tendenze sono spesso scambiate per look tradizionali o uniformità. Tuttavia, nella passata stagione, i clienti hanno voluto esplicitamente cardigan lunghi e articoli con frange.

**HELEN KHILKOVA**

DIRETTORE E CO-FONDATORE DI
ATELIER 1, KIEV

Per me la cosa più importante è guardare sfilate e fiere. Cerco la novità - voglio vedere la prima stagione, la prima collezione, mi piace scoprire e seguire un designer. E poi, qual è il modo in cui il grande marchio affermato si sta muovendo? Penso che la divisione tra abiti molto tranquilli (Celine) e altri di cui si parla molto (Moschino) continuerà per qualche stagione. L'idea che si può usare l'uno o l'altro, ma anche combinarli li rende forti dal punto di vista commerciale. I clienti mescolano pezzi vintage o d'archivio con altri contemporanei. Aspetto le novità di Lanvin, Balenciaga, Dior e quei nomi che presenteranno le loro prime collezioni nel 2016!

