

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

O TEMA DE UMA COLEÇÃO É UMA HISTÓRIA QUE SERÁ CONTADA PELA MARCA E É IMPORTANTE PARTIR DE 3 LUGARES:

- 1) VONTADES DA MARCA (SIM, A MARCA COMO UM PERSONAGEM) – EM QUE MOMENTO ELA SE ENCONTRA? QUAIS AS HISTÓRIAS QUE ELA PRECISA CONTAR NESSE MOMENTO? O QUE A INSPIRA? É IMPORTANTE SER DE VERDADE.
- 2) CONEXÃO COM O PÚBLICO ALVO. O QUE ELES ESPERAM DA MARCA? COMO PODEMOS SURPREENDÊ-LOS? EM QUE MOMENTO ELES SE ENCONTRAM? É IMPORTANTE SER RELACIONÁVEL.
- 3) TENDÊNCIAS. QUAIS AS TENDÊNCIAS IMPORTANTES PARA A MARCA? É IMPORTANTE FAZER SENTIDO.

O TEMA É UM GRANDE DIRECIONAMENTO DE ESTAMPAS, CORES E LOGOS DAS COLEÇÕES.

DITO ISSO, O TEMA PODE SER INSPIRADO EM VÁRIOS ASSUNTOS COMO:

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- PAÍSES, CIDADES, ESTADOS. CULTURA REGIONAL.



RESERVA – COLEÇÃO SOBRE CUBA
VERÃO 2012

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- FILMES, SÉRIES, PERSONAGENS DE DESENHO.



RAG & BONE – CRUELLA
COLEÇÃO CÁPSULA MAIO 2021

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- ARTES PLÁSTICAS



1. MARNI E DAVID SALLE
2. CALVIN FLEIN E ANDY WARHOL
3. AKRIS E ALEXANDER GIRARD
4. COACH E KEITH HARING
5. COMMES DES GARÇONS E HISTÓRIA DA ARTE

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- LIVROS E CONTOS



DOLCE & GABBANA – CONTOS DE FADAS
OUTONO INVERNO 2016

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- MÚSICA



VALENTINO E 55 LOOKS PARA 55 ÓPERAS
SPRING 2014

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- COR



VALENTINO E A COLEÇÃO PP PINK
OUTONO INVERNO 2022

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- ASSUNTOS CONTEMPORÂNEOS



BALENCIAGA SPRING 2023 E O DESFILE
PÓS APOCALÍPTICO

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

2º PASSO: MOODBOARD (TRADUÇÃO: PAINEL DO HUMOR)

MOODBOARD É UMA COLAGEM, UM RESUMO VISUAL DE IMAGENS INSPIRADORAS, OBJETOS, AMOSTRAS DE MATERIAIS, TEXTURAS, CORES, ACABAMENTOS QUE EXPLICAM O CONCEITO E A SENSAÇÃO DE SUA MARCA, PROJETO, COLEÇÃO OU CLIENTE.

O MOODBOARD É A FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO PERFEITA PARA EXPLICAR A SUA VISÃO SOBRE O TEMA PARA OS OUTROS E GUIÁ-LOS NAS SUAS CRIAÇÕES RELACIONADAS COM SEUS TRABALHOS. TANTO PARA O ESTILISTAS DA SUA EQUIPE, COMO TAMBÉM, OS DESIGNERS QUE CRIAM AS ESTAMPAS E O PESSOAL DO MARKETING QUE VAI AJUDAR A CONTAR ESTA HISTÓRIA PARA O CONSUMIDOR FINAL.

ELE PODE SER FEITO TANTO FISICAMENTE COMO VIRTUALMENTE E É MUITO USADO NÃO SÓ NA MODA COMO TAMBÉM EM OUTRAS ÁREAS COMO ARQUITETURA, PUBLICIDADE E GASTRONOMIA.

NA MODA, O MOODBOARD TAMBÉM PODE CONTER O DIRECIONAMENTO DE FORMAS, KEY ITENS E LOOKS.

ELE DEVE SER FEITO SEMPRE NO INÍCIO DA COLEÇÃO, APÓS AS SUAS PESQUISAS DE TENDÊNCIAS.

PLUS: TEXTO SOBRE O TEMA

DICA: FAÇA UM PASTA (VIRTUAL E/OU FÍSICA) E VÁ COLOCANDO ALI TODAS AS IMAGENS E REFERÊNCIAS QUE VOCÊ FOR SE INTERESSANDO NO SEU DIA-A-DIA. ESTA PASTA PODE TE AJUDAR MUITO NA HORA DE PENSAR UM TEMA OU MONTAR UM MOODBOARD ;)

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

2º PASSO: MOODBOARD (TRADUÇÃO: PAINEL DO HUMOR)

É IMPORTANTE GARANTIR QUE ELE CONTENHA:

1. PALETA DE CORES

AS OPÇÕES DE CORES PRECISAM SER CLARAMENTE IDENTIFICADAS ATRAVÉS DO USO DE AMOSTRAS OU IMAGENS. ESTES PODEM SER NA FORMA DE TECIDOS, CARTÕES DE CORES DE TINTA, CARTÕES DE CORES PANTONE OU CORES QUE VOCÊ MESMO CRIA. QUAISQUER QUE SEJAM AS AMOSTRAS DE CORES QUE VOCÊ ESCOLHER, ELAS DEVEM SE CORRELACIONAR COM AS CORES DE SUAS IMAGENS E CRIAR UM LINK.

2. TECIDO E TEXTURAS

OS TECIDOS QUE VOCÊ ESCOLHEU DURANTE O PERÍODO DE PESQUISA DEVEM SER EXIBIDOS EM SEU QUADRO. INCLUA AVIAMENTOS, TEXTURAS, ESTAMPAS E QUAISQUER OUTROS ACABAMENTOS TAMBÉM.

3. TEMA

A MAIORIA DAS COLEÇÕES É BASEADA EM UM TEMA – PODE SER VISUAL, SENSORIAL OU LITERÁRIO. EXPLORAR O TEMA E DEFINÍ-LO NO MOODBOARD PERMITE UM PROCESSO DE DESIGN FOCADO E ASSERTIVO. É IMPORTANTE QUE ELE CONCENTRE AS IMAGENS MAIS IMPORTANTES USADAS PARA SUA INSPIRAÇÃO.

2º PASSO: MOODBOARD (TRADUÇÃO: PAINEL DO HUMOR)

É IMPORTANTE GARANTIR QUE ELE CONTENHA:

4. PALAVRAS-CHAVE E TEXTOS

A INSPIRAÇÃO PODE VIR DE MUITAS FONTES. ÀS VEZES SÃO VISUAIS E ÀS VEZES PODEM SER APENAS OU APOIADA POR PALAVRAS. AS PALAVRAS ÀS VEZES PODEM SER MAIS PODEROSAS DO QUE AS IMAGENS, POIS PERMITEM QUE A MENTE SE PERGUNTE E QUE A CRIATIVIDADE NÃO FIQUE CONFINADA.

5. KEY ITENS

É IMPORTANTE QUE O MOODBOARD INCLUA AS PRINCIPAIS FORMAS DA COLEÇÃO. UM PONTO DE PARTIDA PARA AS DEMAIS CRIACÕES. NÃO ESQUECER OS TIPOS DE ACABAMENTOS, SEJAM INTERNOS OU EXTERNOS E OS KEY DETAILS QUE POSSAM CONTRIBUIR PARA UMA COORDENÇÃO MAIOR ENTRE AS PEÇAS.

6. STYLING

LOOKS ADICIONAM PROFUNDIDADE AO TEMA E CONTRIBUEM PARA CRIAR UMA IMAGEM IDEAL PARA SUA COLEÇÃO.

MOODBOARD GASTRONOMIA



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

MOODBOARD ARQUITETURA



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

FASHION DESIGN

DEFINIÇÃO DO TEMA E CRIAÇÃO DO MOODBOARD

MOODBOARD MODA



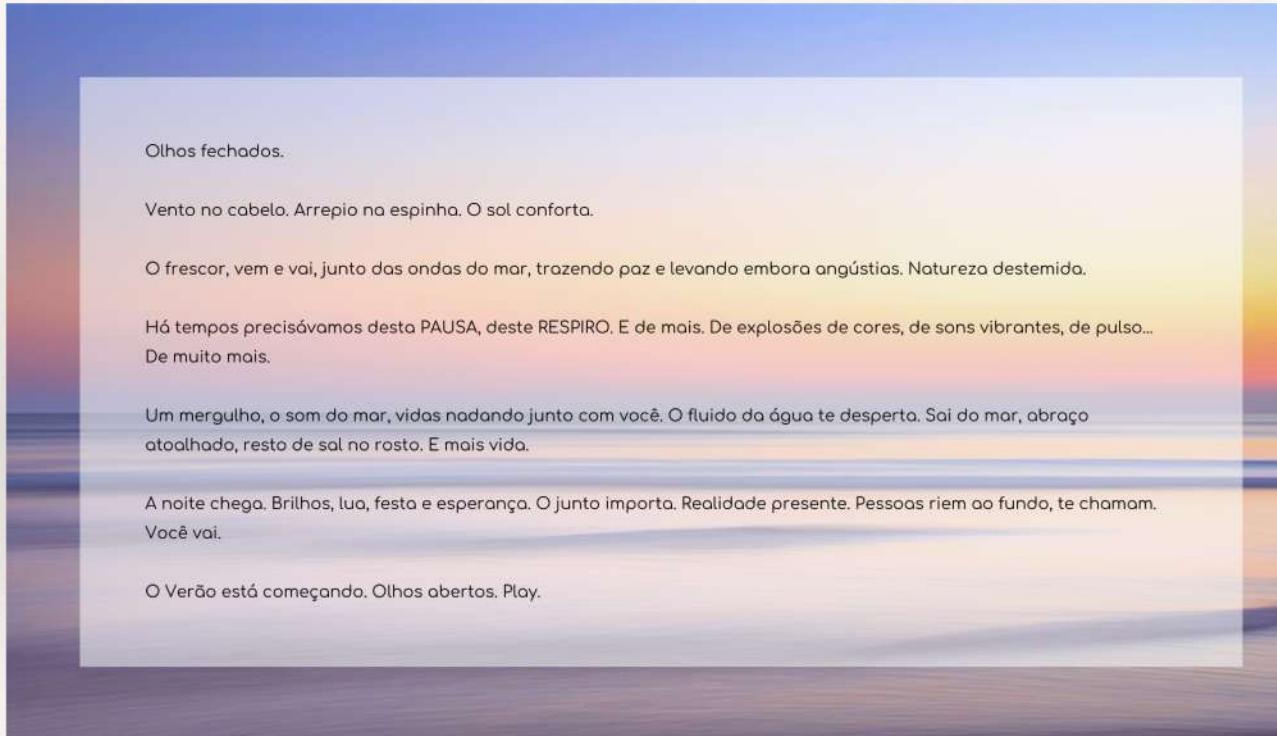
CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

MOODBOARD - TEMA

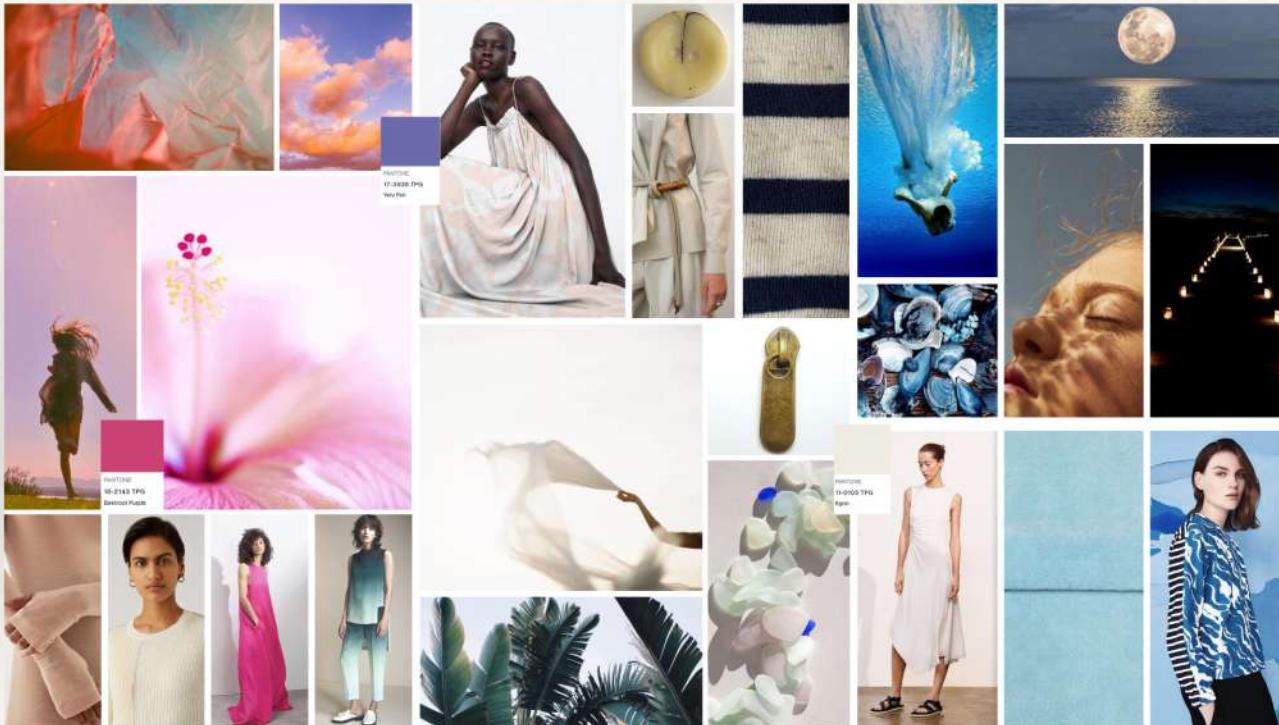


CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

MOODBOARD EXEMPLO - TEXTO



MOODBOARD EXEMPLO



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

Mapeamento:

- Cores da tendência/ Cor do ano (Pantone)
- Key Colors (pesquisa)
- Estação
- Cores básicas
- Acentos
- Entradas
- Tamanho do mix

Cores da tendência/ Cores do ano 2022

“As cores desta estação são inspiradas em prazeres simples e sensoriais, à medida que os consumidores gravitam em torno de produtos e experiências que melhoraram o humor. O cheiro de um livro favorito, a primeira garfada de uma refeição caseira ou a sensação de grama recém-cortada sob os pés podem despertar sentimentos de alegria, e nossas cores incorporam esses momentos preciosos com uma sensação quase tangível de profundidade, textura e saturação. “ (Coloro)

Video Cores do Ano 2022 - Coloro + WGSN
<https://www.youtube.com/watch?v=qUQCIZbISRk&t=4s>

Cores da tendência/ Cores do ano 2022



Cores da tendência/ Cor do ano 2022



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

Cores da tendência/ Cor do ano

“À medida que avançamos para um mundo de mudanças sem precedentes, a escolha de PANTONE 17-3938 Very Peri traz uma nova perspectiva e visão da família de cor azul confiável e amada,” diz Leatrice Eiseman, Diretora Executiva, Pantone Color Institute. “Abrangendo as qualidades dos azuis, mas ao mesmo tempo possuindo um subtom vermelho-violeta, PANTONE 17-3938 Very Peri tem uma atitude alegre e positiva e uma presença dinâmica que encoraja a criatividade sem precedentes e a expressão imaginativa.

- LEATRICE EISEMAN, DIRETORA EXECUTIVA DO PANTONE COLOR INSTITUTE

GUIA DE CORES

<https://www.pantone.com.br/>

(11) 99268-0480 11 3679-9747 pantone@pantone.com.br Assine a NEWS Pantone

PANTONE® LOJA INTELIGÊNCIA DA COR MANUAIS E TREINAMENTOS PANTONE COLOR INSTITUTE SOBRE A PANTONE

FASHION COLOR TREND REPORT

London Fashion Week Primavera/Verão 2023

Apresentamos as 10 TOP cores de destaque e as cinco novas clássicas para a moda feminina e masculina.

VEJA A PALETA

Quer descobrir qual Guia Pantone é ideal para você?

PANTONE

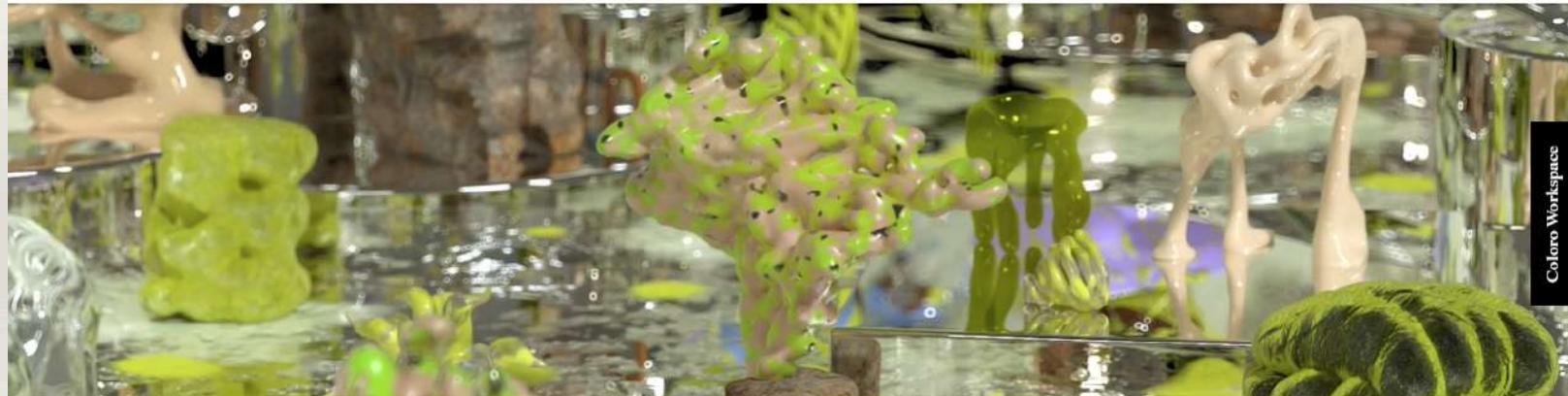
GUIA DE CORES

<https://int.coloro.com/us>[Our Vision](#) [Our System](#) [Shop Products](#) [Advisory](#) [Workspace](#) [Help](#) -

Search Color Code



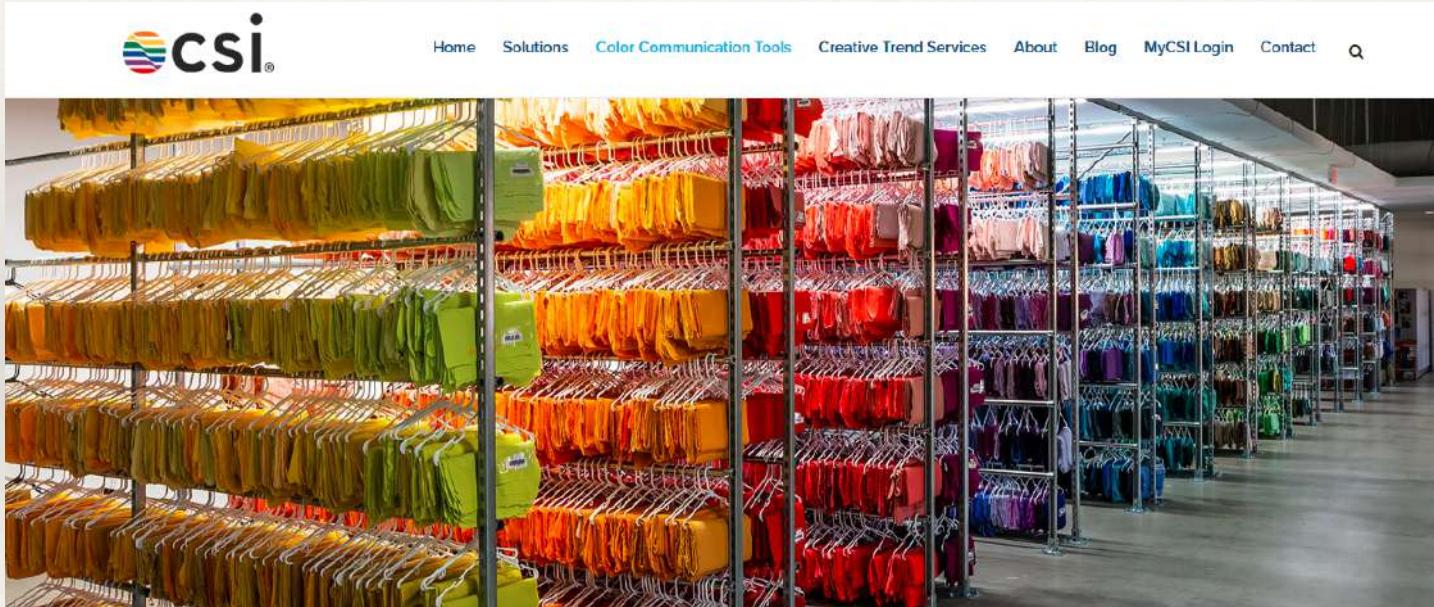
Coloro



Enter a Window to the Future of Color

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

GUIA DE CORES

<https://csicolors.com/color-library/>

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

GUIA DE CORES

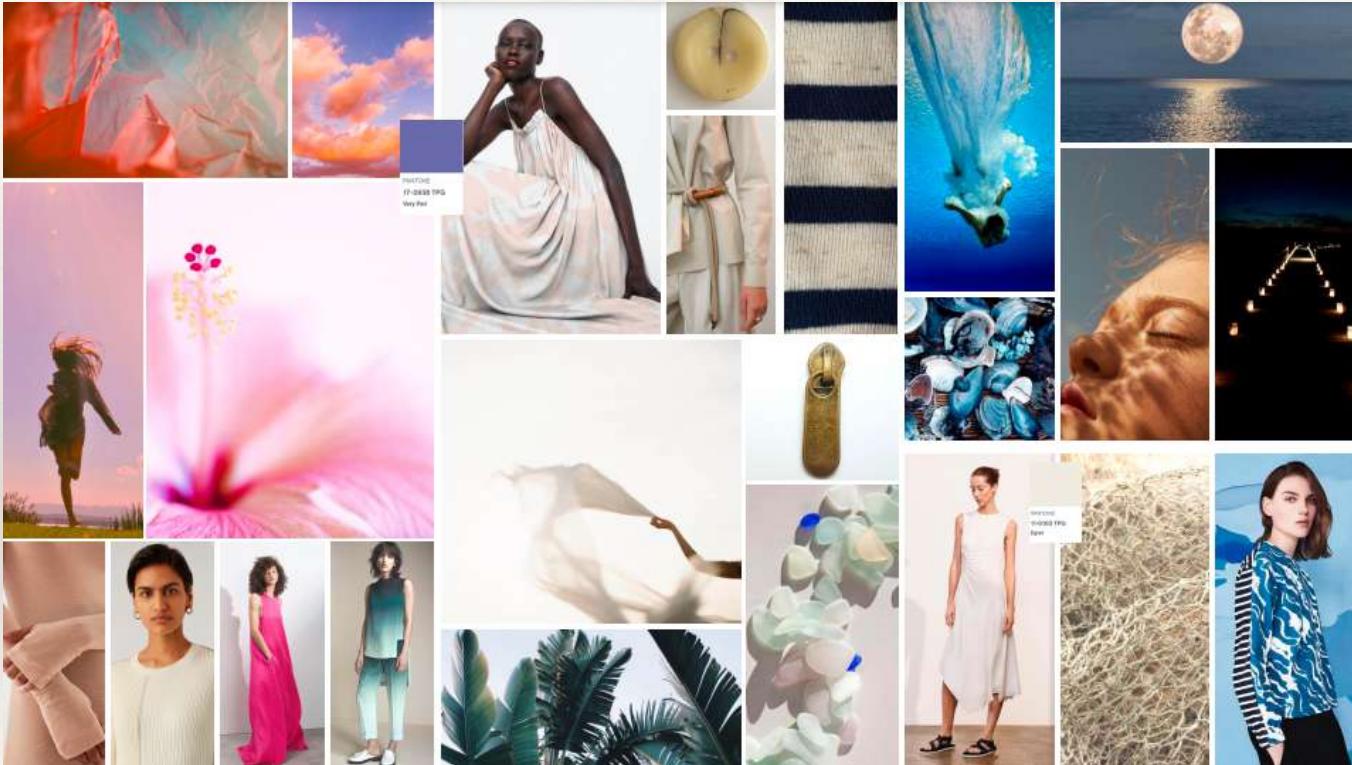
<https://www.gs1us.org/industries-and-insights/by-industry/apparel-and-general-merchandise/implementation-resources-for-standards/color-and-size-codes>



The screenshot shows the GS1 US website interface. At the top left is the GS1 US logo. To the right are links for "The Global Language of Business", "GS1 US Store", and "GS1 Connect Conference". There is also a search bar, a red "Get A Barcode" button, and a "Login" button. Below the header is a navigation menu with links to "UPC, Barcodes & Prefixes", "Tools & Resources", "Industries & Insights", "Education & Events", and "Who We Are". The main content area has a blue background. It features a large heading "GS1 US Color and Size Codes" and a subtext: "The GS1 US Color and Size Codes give suppliers, retailers and manufacturers a common language for product color and size identification." A small "Feedback" button is visible on the right edge of the content area.

Obs: A NRF foi adquirida pela GS1

MOODBOARD



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

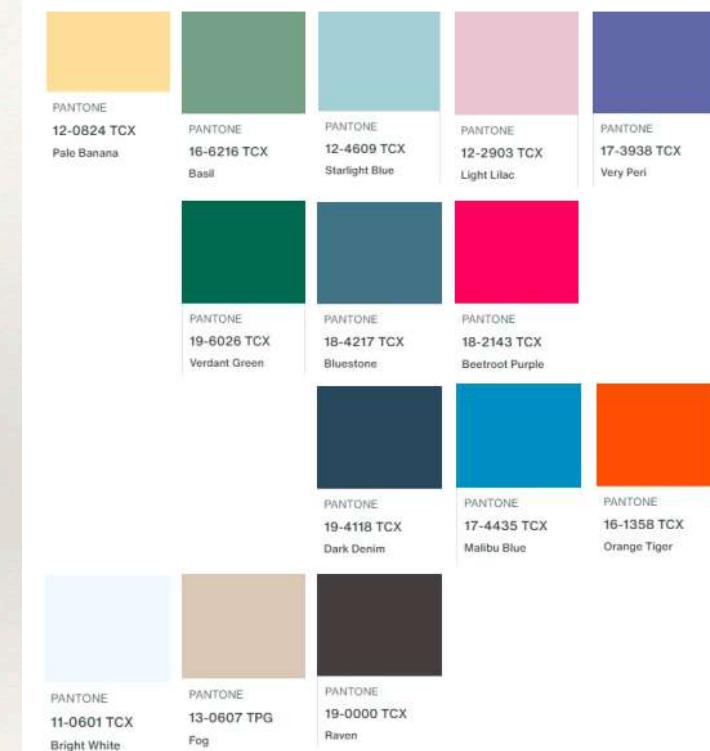
CARTELA



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

CARTELA

Pantone



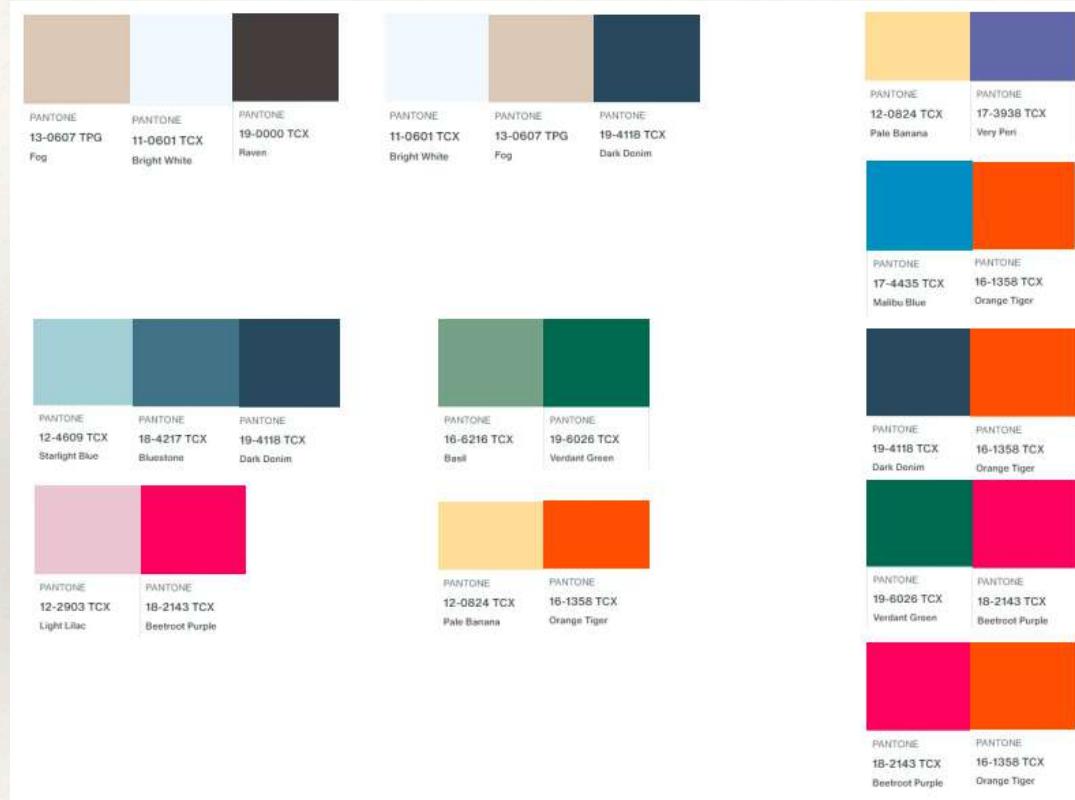
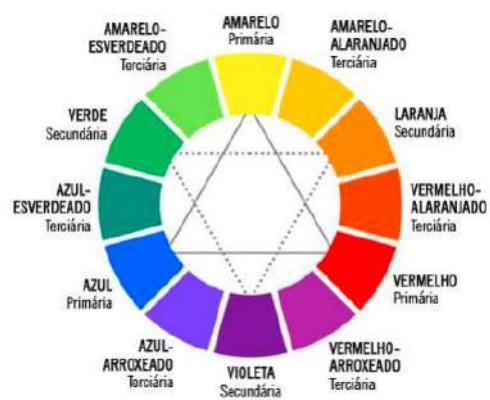
CARTELA

1^a Entrada

CARTELA

2^a Entrada

COMBINAÇÕES



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

Cores exclusivas & Cores de cartela



Kalimo

- Reativo (Cores firme e intensas)
- Pigmento (cores mais apagadas)
- Tingimento Natural (que vem a partir de plantas e raízes / durabilidade menor de pigmentação, sensibilidade a luz, limitação de cores)



O QUE SÃO COORDENADOS?

COORDENADOS SÃO ESTRATÉGIAS QUE USAMOS EM ALGUNS MOMENTOS DA CONSTRUÇÃO DA COLEÇÃO E, PELAS SEGUINTEZ NECESSIDADES:

1. EXCLUSIVOS
2. TINTURADOS
3. COLEÇÃO HARMÔNICA EM TODAS AS ENTRADAS

O QUE SÃO COORDENADOS?

1. EXCLUSIVOS - ESTAMPA



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

O QUE SÃO COORDENADOS?

1. EXCLUSIVOS – FIOS TINTOS



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

O QUE SÃO COORDENADOS?

2. TINTURADOS



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

O QUE SÃO COORDENADOS?

3. COLEÇÃO HARMÔNICA EM TODAS AS ENTRADAS

JANEIRO

Cor Fashion



Cores CORE



Cores Essenciais ou Básicas



FEVEREIRO

Cor Fashion



Cores CORE



Cores Essenciais ou Básicas



MARÇO

Cor Fashion



Cores CORE



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

O QUE SÃO COORDENADOS?

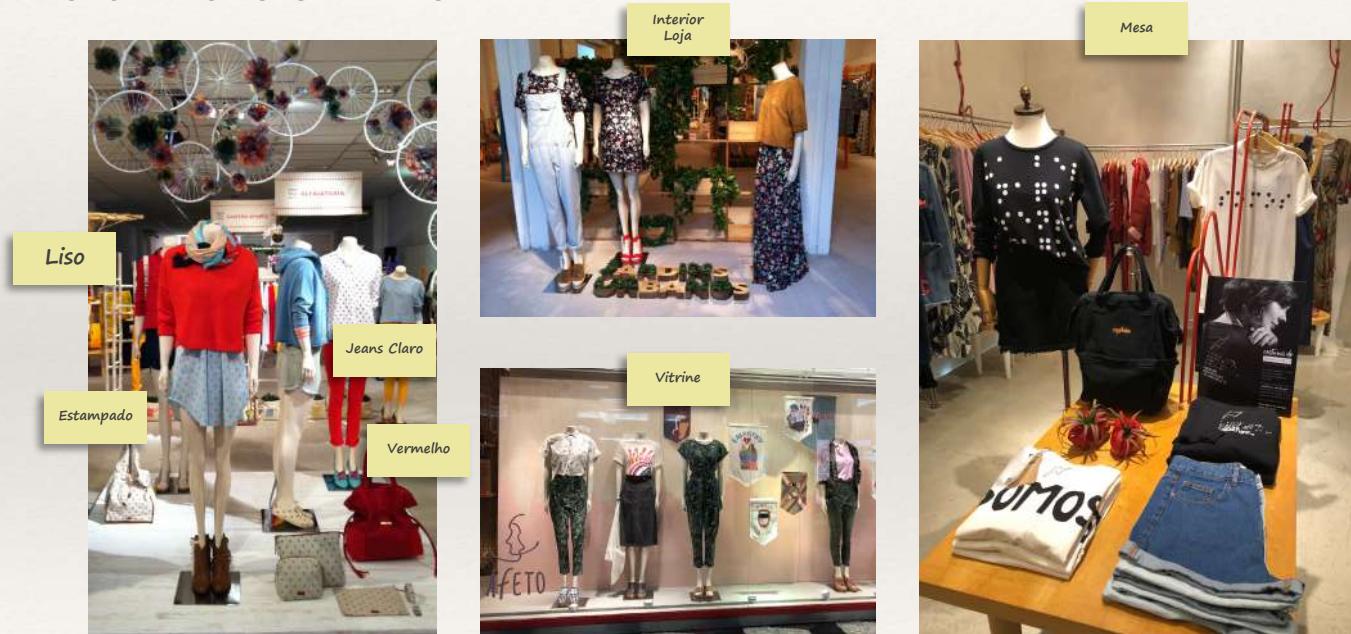
3. COLEÇÃO HARMÔNICA EM TODAS AS ENTRADAS



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

O QUE SÃO COORDENADOS?

3. COLEÇÃO HARMÔNICA EM TODAS AS ENTRADAS



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO