

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

1º PASSO: DEFINIÇÃO DO TEMA

- FILMES, SÉRIES, PERSONAGENS DE DESENHO.



RAG & BONE – CRUELLA
COLEÇÃO CÁPSULA MAIO 2021

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

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

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 SENSACÃO 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 ;)

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 ITEMS

É IMPORTANTE QUE O MOODBOARD INCLUA AS PRINCIPAIS FORMAS DA COLEÇÃO. UM PONTO DE PARTIDA PARA AS DEMAIS CRIAÇÕES. 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



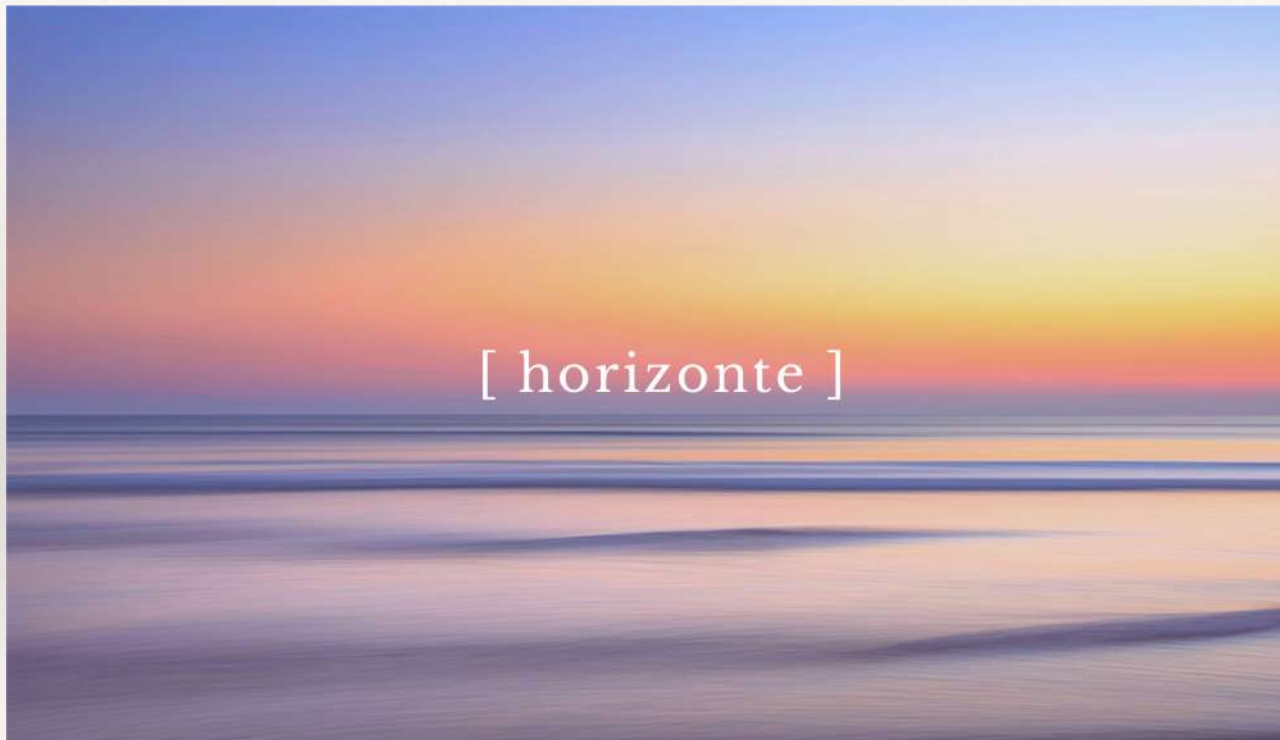
MOODBOARD ARQUITETURA



MOODBOARD MODA



MOODBOARD - TEMA



MOODBOARD EXEMPLO - TEXTO

Olhos fechados.

Vento no cabelo. Arrepio na espinha. O sol conforta.

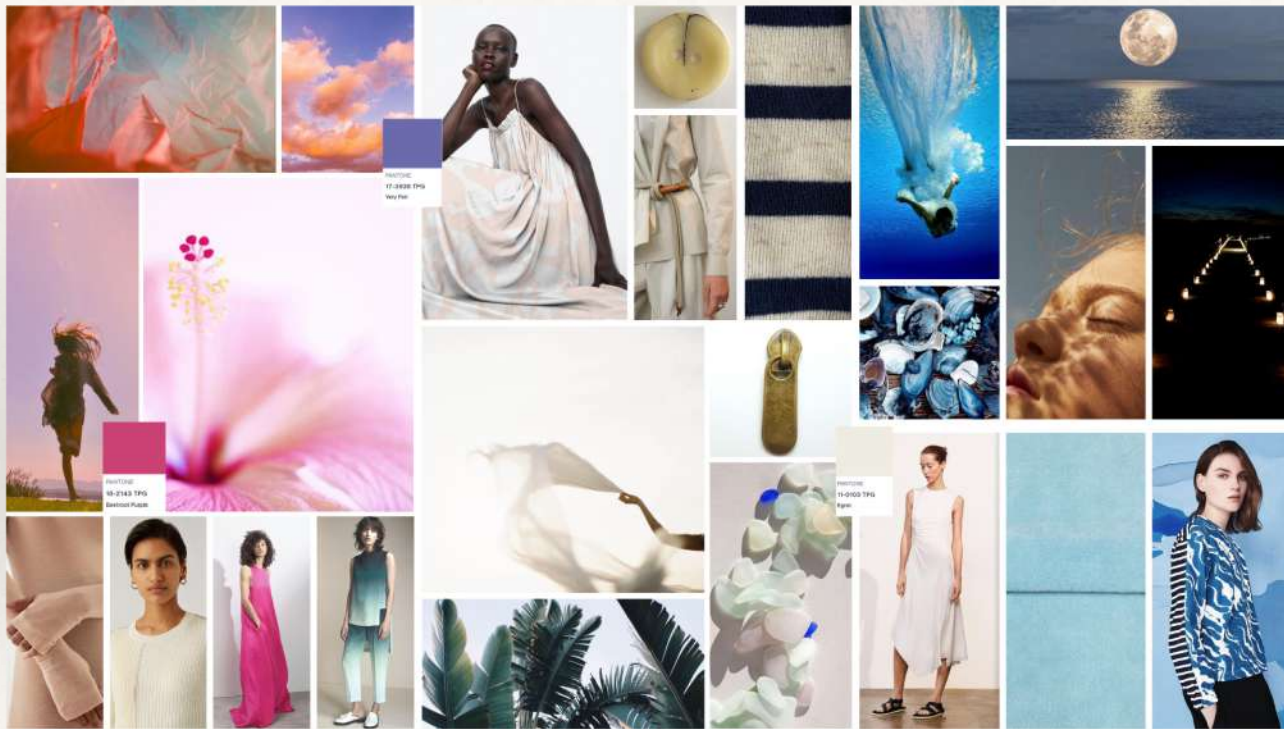
O frescor, vem e vai, junto das ondas do mar, trazendo paz e levando embora angústias. Natureza destemida.

Há tempos precisávamos desta PAUSA, deste RESPIRO. E de mais. De explosões de cores, de sons vibrantes, de pulso...
De muito mais.

Um mergulho, o som do mar, vidas nadando junto com você. O fluido da água te desperta. Sai do mar, abraço
atoalhado, resto de sal no rosto. E mais vida.

A noite chega. Brilhos, lua, festa e esperança. O junto importa. Realidade presente. Pessoas riem ao fundo, te chamam.
Você vai.

O Verão está começando. Olhos abertos. Play.



Mapeamento:

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

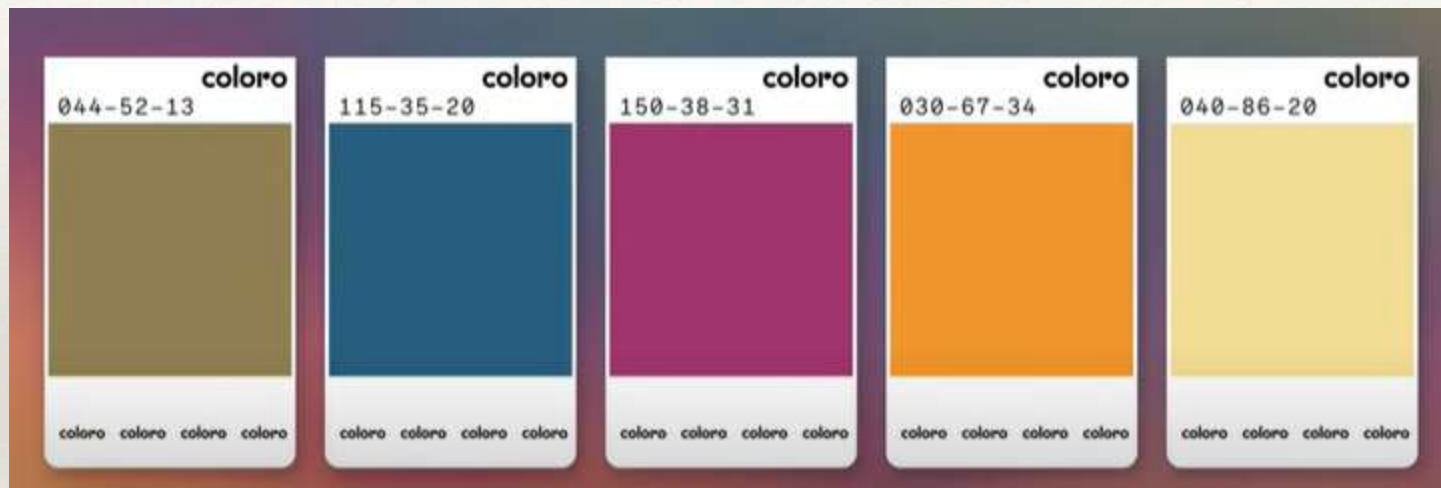
Cores da tendência/ Cores do ano 2022

“As cores desta estação são inspiradas em prazeres simples e sensoriais, à medida que os consumidores gravitam em torno de produtos e experiências que melhoram 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=qUQCIZblSRk&t=4s>

Cores da tendência/ Cores do ano 2022



Cores da tendência/ Cor do ano 2022



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/>

The screenshot displays the Pantone website's header with contact information and navigation links. The main banner features four fashion models in vibrant colors (pink, red, orange, and blue) and a central text overlay for the 'FASHION COLOR TREND REPORT' for 'London Fashion Week Primavera/Verão 2023'. The text highlights '10 TOP cores de destaque e as cinco novas clássicas para a moda feminina e masculina' and includes a 'VEJA A PALETA' button. A chat bubble in the bottom right corner asks 'Quer descobrir qual Guia Pantone é ideal para você?'.

(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

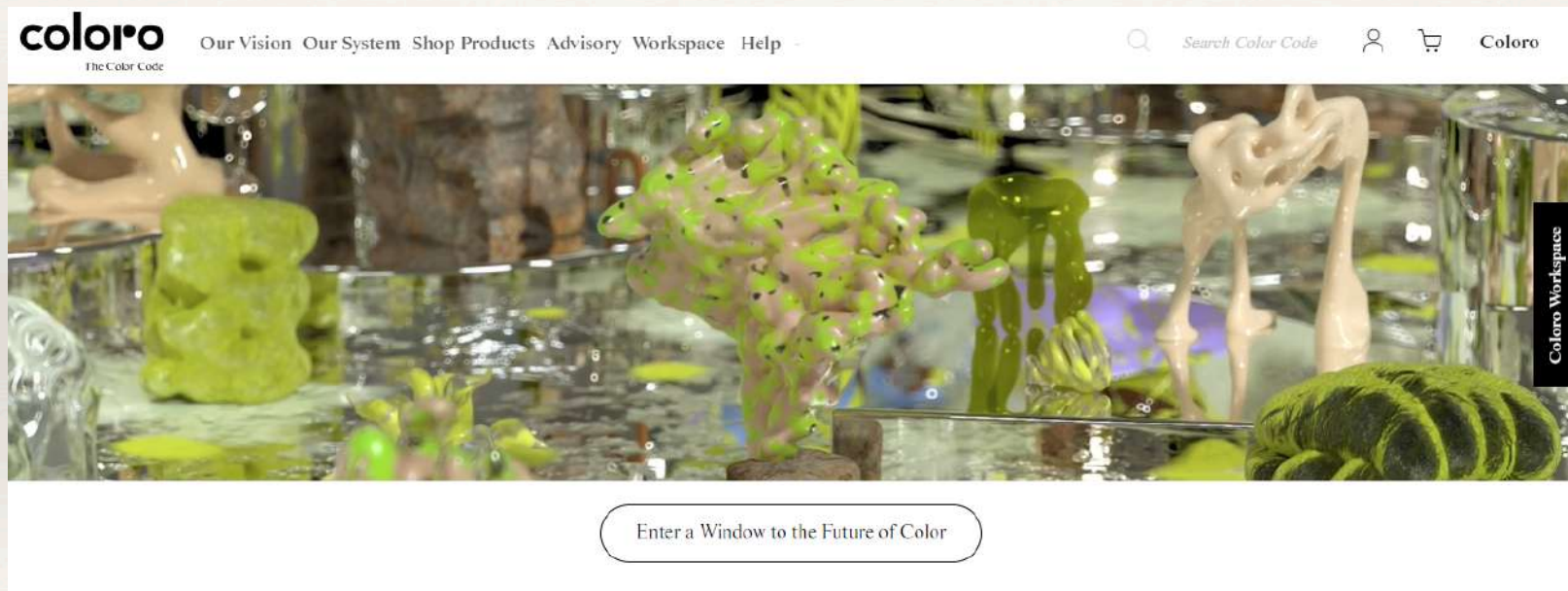
*London Fashion Week
Primavera/Verão 2023*

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

VEJA A PALETA

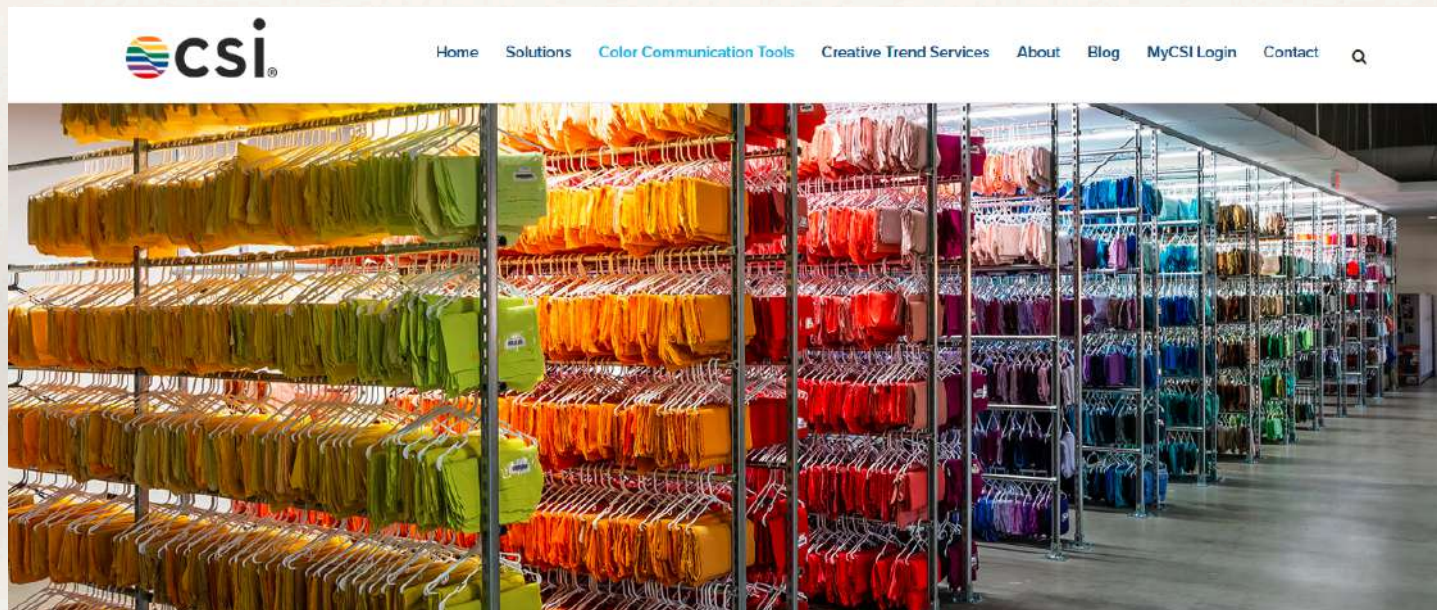
Quer descobrir qual Guia Pantone é ideal para você?

GUIA DE CORES

<https://int.coloro.com/us>

CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

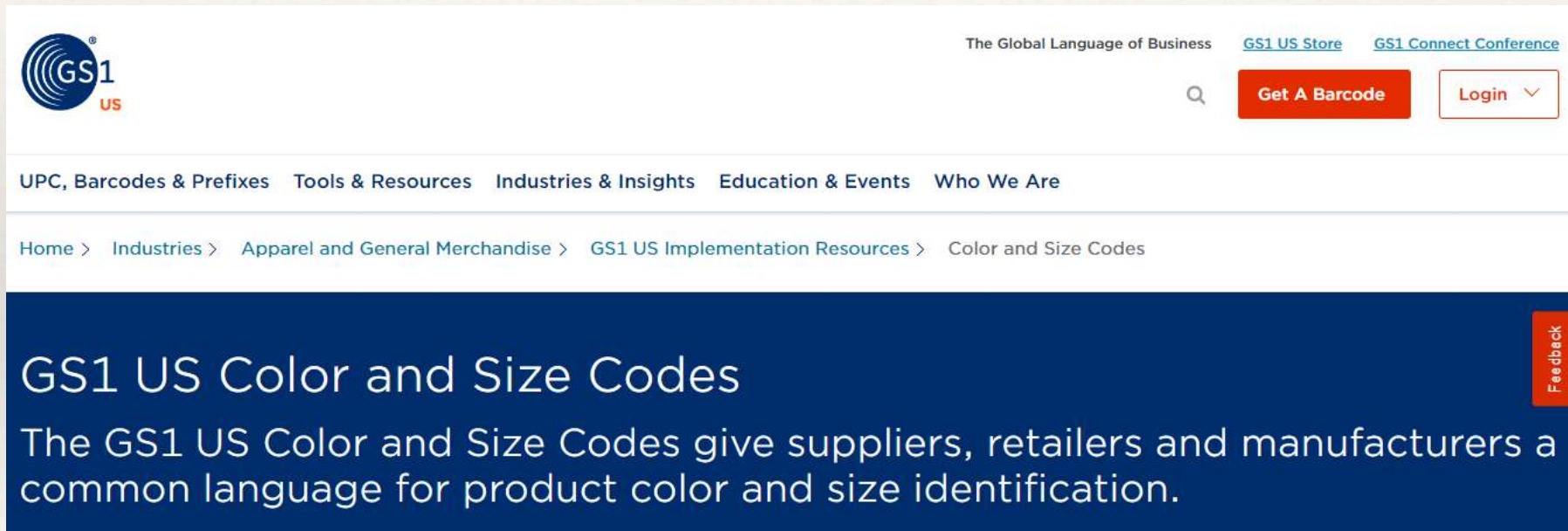
GUIA DE CORES

<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>



GS1[®]
US

The Global Language of Business [GS1 US Store](#) [GS1 Connect Conference](#)

Get A Barcode Login

UPC, Barcodes & Prefixes Tools & Resources Industries & Insights Education & Events Who We Are

Home > Industries > Apparel and General Merchandise > GS1 US Implementation Resources > Color and Size Codes

GS1 US Color and Size Codes

The GS1 US Color and Size Codes give suppliers, retailers and manufacturers a common language for product color and size identification.

Feedback

Obs: A NRF foi adquirida pela GS1

CARTELA



CRIAÇÃO DO CONCEITO DA COLEÇÃO

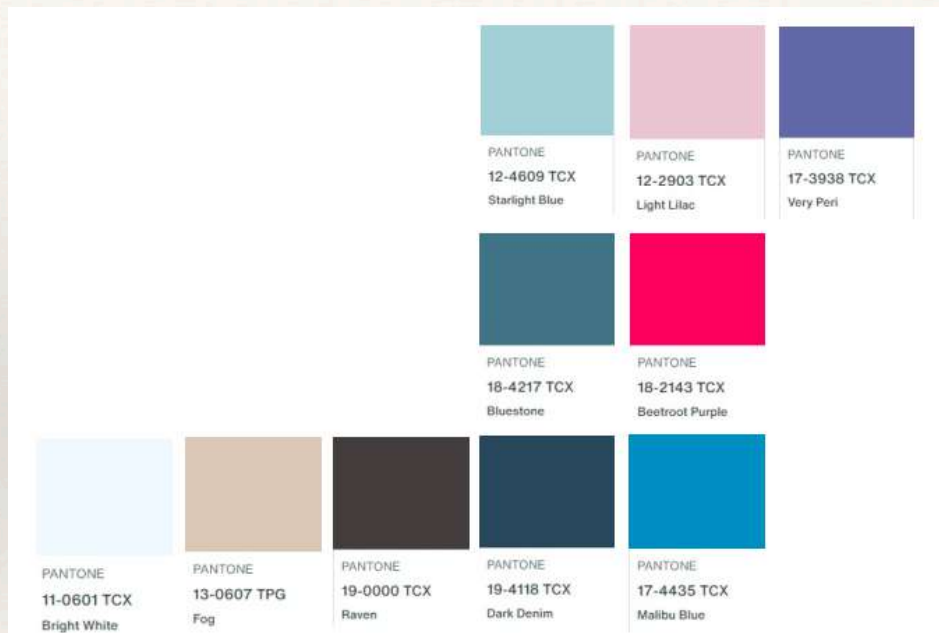
CARTELA

Pantone



CARTELA

1ª Entrada

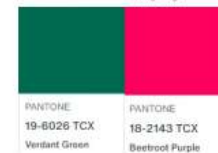
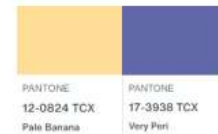
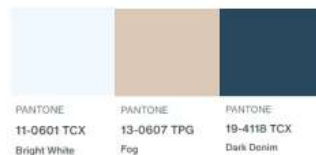


CARTELA

2ª Entrada



COMBINAÇÕES



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 SEGUINTESS 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



FEVEREIRO



MARÇO



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