

# 0 futuro da moda pós 2020

Não foram só a indústria e o varejo de moda que sofreram um baque com a parada forçada. As circunstâncias obrigaram o consumidor a repensar seus hábitos de compras. Com perda de emprego, diminuição de salários e home office, as roupas, sapatos e acessórios se tornaram supérfluos – muitos até quase indispensáveis.

Isso levou a uma crise existencial real para a indústria da moda: afinal muitos consumidores simplesmente não estão mais interessados em comprar roupas no momento. Sem falar que não tem mais o poder aquisitivo de antes

Há muito foco na compra de itens essenciais para “sobreviver” durante este período. E a incerteza quanto a empregos também não ajuda – ao contrário, cria uma espécie de paralisia.

Este é o momento para a indústria da moda buscar com urgência alternativas para mudar, ousar e seguir em frente. Aos poucos, algumas destas novas tendências da moda pós-pandemia já se manifestam.

**Conforto em primeiro lugar** – as vendas de sapatos de salto alto, mocassins e outros calçados sociais vêm caindo há anos. O Google Trends chegou a registrar 142% mais buscas por pijamas no começo de maio deste ano, sem contar os pijamas chics que viraram uma verdadeira febre entre os famosos. Sim, pois a tendência é que as pessoas fiquem cada vez mais tempo em casa durante e depois da quarentena. E que neste tempos, busquem mais peças ainda mais confortáveis para o dia a dia.



**Peças básicas** – agora as pessoas compram menos por impulso e mais por necessidade. Itens básicos ganharam ainda mais espaço: jeans confortáveis e com lavagens mais discretas, blusas em cores neutras como branco e preto, além de roupas versáteis que transitam entre as mais diversas ocasiões do dia a dia recebem mais destaque nas vitrines e no guarda-roupa.



**Cores alegres** – por outro lado, depois de tanto sofrimento, os estilistas apostam em cores vibrantes e alegria. Assim como novos tecidos, mais inteligentes ainda e irreverentes..

**Roupa antiviral** – já anunciaram a produção de fios e tecidos contra o coronavírus. E como mesmo com a vacinação, todo cuidado é pouco, além de máscaras, empresas apostam em peças que oferecem proteção contra bactérias e vírus diversos. Mal não faz, certo?

Hoje, com tudo que acontece no Brasil e no Mundo, os consumidores buscam marcas com propósito: aquelas que se posicionam a favor de *um bem comum*. As grifes precisam definir com transparência e objetivamente seus posicionamentos diante de fatos ou questões de relevância social. O mesmo vale para conceitos como sustentabilidade, responsabilidade social, diversidade e proteção ao meio ambiente. Pois é ! se antes a poderosa indústria da moda ditava tendências, hoje, para sobreviver, precisa estar extra atenta para as exigências e necessidades do consumidor que, vamos combinar, são muitas e variadas. Mas acredito que isso não deixa de ser saudável – para todos não acham?!