

SETEMBRO 2021 | EDIÇÃO Nº 02 | NEWSLETTER DIGITAL

IGUATEMI DAILY



AFINAL, O QUE ESPERAR DA MODA NESTE MOMENTO DE RETOMADA?
O QUE VAMOS QUERER VESTIR E CONSUMIR? EM QUEM VAMOS NOS
INSPIRAR?

NO MÊS DE SETEMBRO, PERÍODO OFICIAL DAS MAIORES SEMANAS
DE MODA DO MUNDO, DISCUTIMOS OS PRÓXIMOS PASSOS DO
MERCADO FASHION NO CONTEXTO ATUAL

NYFW DE CASA NOVA

MODA

Setembro é o mês das icônicas Semanas de Moda nas principais capitais fashion ao redor do mundo. Em Nova York, a edição de setembro estará de casa nova: a Fifth Avenue Association sediará os desfiles em um novo espaço de três andares localizado no número 608 da Quinta Avenida. O edifício será transformado em passarela e palco de apresentações, e receberá marcas e designers entre os dias 8 e 12 de setembro. A programação oficial da Semana da Moda de Nova York já foi divulgada e promete amplificar a imensa criatividade da indústria da moda americana neste momento de retomada.



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

NA VOLTA AO ESCRITÓRIO FÍSICO, O QUE VESTIR?

MODA

Depois de mais de um ano trabalhando em casa, muitos de nós estão voltando ao escritório físico e se questionando qual seria o dress code mais adequado para esta retomada. Com isso, surge uma oportunidade para os varejistas de acessórios e vestuários que podem agora antecipar possíveis ofertas de looks para este novo contexto. Muitas marcas nos Estados Unidos estão inclusive reduzindo sua produção de ternos e produções de alfaiataria e adicionando mais elasticidade às calças, seguindo a tendência do "workleisure" - que une conforto ao estilo social. Além disso, algumas marcas também estão produzindo calças de ioga que se assemelham a calças sociais, além de camisetas que você pode usar tanto para trabalhar quanto na vida social. A nova procura por itens confortáveis deve ditar o novo dress code do modelo híbrido.



IMAGEM: DIVULGAÇÃO



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

CAFEZINHO REINVENTADO

INOVAÇÃO

Sabemos que a preocupação com uma alimentação mais consciente e saudável faz parte de um movimento importante de bem-estar e autocuidado. As bebidas não ficam de fora desta tendência wellness – sejam elas alcoólicas, refrescos ou até mesmo o seu cafezinho da tarde. Este é justamente o caso da marca paulistana KiCoffe, que acaba de inaugurar o seu primeiro ponto físico: um quiosque no Shopping Iguatemi SP (piso térreo). No novo espaço, os clientes podem encontrar os produtos queridinhos da marca, como a linha KiCoffee Bullet e a Collagen Grass Fed. Além disso, outras novidades desenvolvidas especialmente para o quiosque também farão parte do portfólio. Vale a pena conferir a experiência.

MODERN LOVE E A VIDA COMO ELA É

ENTRETENIMENTO

A série do Amazon Prime, "Modern Love" acaba de estrear sua segunda temporada e merece nosso reconhecimento: com construções sensíveis, elenco minuciosamente escolhido e narrativas comoventes, a trama é um convite ao cosmo complexo, mas delicioso, das histórias de amor. Seja no clichê ou no inesperado, os episódios conseguem dialogar com o público de uma maneira única. Se você ainda não acompanhou as narrativas, aqui estão três motivos para maratona a segunda temporada do seriado.



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

ELENCO FASCINANTE

A QUÍMICA ENTRE OS CASAIS TRANSBORDA SENSIBILIDADE E DELICADEZA — ATÉ MESMO NAS DUPLAS MAIS INESPERADAS. O ELENCO DÁ SHOW.

TRILHA SONORA

COM CLÁSSICOS E HITS DO MOMENTO, CADA CANÇÃO É COMBINADA SIGNIFICATIVAMENTE COM AS HISTÓRIAS DE AMOR.

PARA TODAS AS IDADES

DOS ADOLESCENTES ÀS PAIXÕES DA VIDA ADULTA. A SÉRIE APOSTA NO AMOR REPRESENTADO EM TODAS AS IDADES.

A MODA E SEU MOMENTO DE RETOMADA

BATE-PAPO COM BARBARA MIGLIORI

Barbara Migliori tem uma história de longa data com o universo fashion. Depois de mais de 15 anos na Vogue Brasil, Barbara hoje é criadora de conteúdo digital e fala de moda sob uma ótica atual e contemporânea. Nesta edição, batemos um papo sobre o momento atual da moda e o que esperar dos hábitos de consumo deste mercado para um futuro próximo.

Barbara, os últimos meses mudaram bastante a forma como nos vestimos e nossa relação com a moda. O home office trouxe para muitos novas possibilidades, enxergando o conforto como um atributo essencial nas produções. Para você, a tendência do equilíbrio entre estilo e conforto deve permanecer mesmo pós pandemia?

Sem dúvida alguma. Mesmo antes da pandemia já havia uma escola, um pacto coletivo, digamos assim, entre estilistas de vanguarda daqui e lá de fora que entendem que conforto deve anteceder estilo, ou melhor, que não existe estilo sem conforto, e a não possibilidade de sair de casa e se arrumar em exagero apenas pulverizou entre mais gente esse conceito extremamente contemporâneo.

As semanas de moda, depois de acontecerem de maneira digital por duas temporadas, retornam em setembro em formatos híbridos, já com eventos presenciais e muitas novidades. Se enxergarmos a moda como um reflexo comportamental e histórico da sociedade atual, o que podemos esperar ver nas passarelas nesta “retomada fashion”?

Eu, pessoalmente, não acredito na retomada do calendário de desfiles tal como era antes. De novo, não foi a pandemia a causa da evasão de várias grifes importantes das semanas de moda oficiais - o formato já estava desgastado, já se questionava muito o quanto a pressão do segmento e o rigor do schedule em um contexto em que o mundo se digitalizou e virou extremamente imediatista não estavam de fato prejudicando a cadeia produtiva de luxo, além de comprometendo a sanidade mental dos envolvidos, valor este tão caro nos dias de hoje. Atualmente, faz mais sentido cada marca buscar sua narrativa e seu timing dentro da sua verdade, e não apenas produzir quatro coleções por ano, dois megashows no mínimo e por aí vai.

Sabemos que as tendências podem surgir muito além das passarelas e desfiles, aparecendo em produções nas ruas ou até mesmo nas redes sociais. Tem alguma em especial que vale ficarmos de olho ou que você anda se inspirando bastante nos últimos tempos?

A grande macro-tendência que já está largamente alastrada por aí é a do minimalismo comfy, ou minimalismo possível, ou seja, aquela roupa mais ampla, bem construída, com pitadas street na escolha de acessórios. É o que a gente vê as influencers emergentes mais celebradas da Europa vestindo, é o que as instamodels vestem, é o desejo da menina que tem uma pretensão cool por aqui também - digamos que é a maneira aceita de ser “perua” nos dias de hoje, já que tudo é muito clean, mas sempre grifado; a roupa é larga, mas a barriga tá de fora; o cabelo tá preso e liso, mas a joia pode brilhar à vontade. É assim que eu definiria o vestir universal da atualidade.



Falando um pouco do movimento da moda consciente, uma pesquisa recente conduzida pela Condé Nast global revela que os consumidores jovens vêm aumentando seu desejo de comprar produtos mais sustentáveis - especificamente das marcas de moda que já amam e consomem. Como você enxerga essa aproximação da indústria da moda com temas de sustentabilidade? Acredita que pós pandemia veremos o movimento crescer ainda mais?

Acredito que eis um caminho sem volta. Impossível produzir qualquer coisa sem pensar em meio ambiente, sociedade, descarte, cadeia produtiva etc, bem como acredito que não seja mais possível consumir mais nada sem aplicar esses mesmos valores. Não acho que seja uma questão de modismo ou mesmo de opção, é condição para viver em sociedade, se posicionar pessoal e profissionalmente nesse mundo em que a escassez de recursos já é uma realidade. Nossa geração não conseguirá virar a chave de um dia para o outro, mas a próxima já nascerá com o chip da sustentabilidade dentro do seu HD e, até lá, a gente se esforça ao máximo para incorporar o maior número de práticas possível aos nossos processos.

Qual conselho fashion ou “dica Bárbara” sobre estilo você daria para este segundo semestre de 2021?

A mensagem é a mesma que eu falo para mim o tempo todo: conecte-se com a sua intuição, esteja aberto a mudar sempre, entenda e aceite a fluidez com que as coisas podem acontecer. Mais que nunca não dá para achar que o jogo está ganho ou não, é preciso estar atento para evoluir sempre em direção a algo nem melhor, e nem pior, apenas novo!



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

MODA E A CRISE CLIMÁTICA

SUSTENTABILIDADE

Aos 18 anos, a ativista sueca Greta Thunberg foi escolhida para estampar a capa da primeira edição da Vogue Escandinávia, que nasce totalmente carbono neutra. Na entrevista, Greta revela a importância da indústria da moda se aproximar verdadeiramente de temas como a sustentabilidade e não apenas usá-la como mais um recurso de marketing pra aumentar seus lucros. Greta ainda confessou saber o quanto as discussões sobre a crise climática causam incômodo e diz entender que a pandemia mostrou que líderes mundiais ainda não trataram o tema como uma crise, de fato. A jovem ativista tem se destacado por cobrar de políticos e empresas que parem de prejudicar o meio ambiente e as roupas usadas por ela para as fotos da revista são todas de upcycle ou de materiais certificados.

O NOVO JOGO DA LOUIS VUITTON

GAMES

As origens da Louis Vuitton foram marcadas por uma jornada épica: Louis, um jovem de 14 anos, deixa a casa de sua família na região de Jura, na França; passando dois anos a pé antes de chegar a Paris. Em comemoração ao seu 200º aniversário, a Maison se inspirou nesta jornada para desenvolver um jogo de plataforma aberto a todos. Combinando animação avançada com séculos de herança, Louis The Game oferece uma aventura cheia de ação por meio de seis mundos fantásticos. O jogo apresenta Vivienne, a cada vez mais reconhecível mascote da Louis Vuitton, que percorre diferentes universos para chegar a um destino festivo de aniversário.

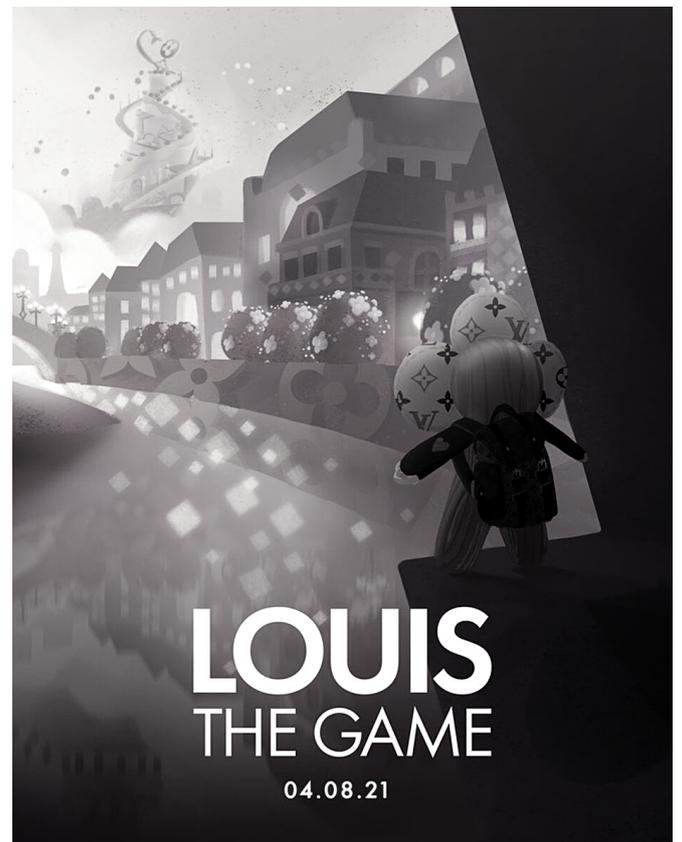


IMAGEM: DIVULGAÇÃO

CROCS É TENDÊNCIA DE NOVO

MODA

Se existe uma frase mais sábia no mundo da moda, esta seria “nunca diga nunca”. As tendências são cíclicas e muitas vezes o que já foi considerado feio ou polêmico em um determinado período, pode sempre voltar de forma repaginada. A mais recente prova disso é o Crocs que vem ganhando o status de peça descolada e tem tomado conta dos pés dos fashionistas nos últimos tempos. Em 2020, o calçado ficou entre os 10 itens mais procurados ao redor do mundo, segundo relatório da plataforma de buscas Lyst, e bateu recorde de vendas com um crescimento de 12%. Essa popularidade está muito associada à pandemia e ao desejo por roupas e acessórios mais confortáveis. Mas além disso, o item já vinha chamando a atenção de estilistas que o re-imaginaram em versões criativas e luxuosas, além de ter caído nas graças de influenciadores. Agora é esperar os próximos passos e surpresas que o mundo da moda nos traz, não é mesmo?



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

A PRIMEIRA LOJA DE MAQUIAGEM MASCULINA DO MUNDO

BELEZA

Em julho, a marca de maquiagem masculina War Paint for Men abriu sua primeira loja física na Rua Carnaby 29, em Londres. Esta é a primeira loja de maquiagem masculina do mundo e oferece toda a linha de produtos da marca, de base e bronzeador a produtos para barba e sobrancelha. O fundador Danny Gray lançou a War Paint for Men em resposta às suas próprias experiências quando criança e adolescente, quando se sentia intimidado por sua aparência. Segundo Gray há uma conexão inevitável entre maquiagem e saúde mental, e seu propósito é ajudar homens que por algum motivo ainda sofram com dismorfia corporal e outros problemas de autoestima.



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

NOVIDADES NO MENU

RESTAURANTE PIÙ IGUATEMI ADICIONA
NOVOS PRATOS NO CARDÁPIO



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

Inspirado nos produtos da estação, o chef do Più, Marcelo Laskani, alterou boa parte dos pratos de seu restaurante. É o caso do Cogumelo Porcini que vem de Lages, Santa Catarina. Fresco, aparece em uma entrada que leva também creme de cavolo nero e ovo perfeito.

Outra novidade sazonal é o Cordeiro com mexerica, preparado com moranga caramelizada e mascarpone com menta. Ainda como pratos novos que têm agradado os clientes, há o Ravióli doppio alla rossini e o Cappelletti in brodo.

No primeiro, a massa é recheada com vitelo e foie gras e servida com molho rossini, purê de cenoura, gelatina de vinho e cogumelo fresco. No segundo, Marcelo flerta com a cozinha amazônica ao rechear o Cappelletti com pato e servi-lo.

AGENDA DO MÊS

SETEMBRO

- **GENTLEMEN'S DAY 2021**

Nos dias 16 e 17 de setembro, o shopping JK Iguatemi sedia mais uma edição do evento Gentlemen's Day dedicado ao público masculino. Com ativações como Aula de Yoga e Bar de Drinks em algumas lojas, o evento deve promover discussões e ações para o homem contemporâneo.

- **INAUGURAÇÃO UNDERTOP**

A Undertop, marca de Juliana Mansur, vai reinaugurar sua loja em um novo ponto aqui no Iguatemi SP este mês. Vale a visita!



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

03 PERFIS DE MODA QUE MERECEM O FOLLOW



@WHOWHATWEAR

WHO WHAT WEAR É UMA MARCA AMERICANA QUE PRODUZ CONTEÚDOS INCRÍVEIS SOBRE MODA. EM SEU PERFIL, ESPERE ENCONTRAR TEMAS SOBRE TENDÊNCIAS, DICAS DE MODA E NOTÍCIAS DO MERCADO.



@BRANDNEWBRANDS

JOANA BRITO CRIOU O BRAND NEW BRANDS DURANTE SEU MESTRADO DE BRANDING. A PARTIR DAÍ, O PERFIL CRESCERU E SE TORNOU UMA PLATAFORMA DE DIVULGAÇÃO DE NOVAS MARCAS AO REDOR DO MUNDO.



@EVACHEN212

EVA CHEN DISPENSA APRESENTAÇÕES. A DIRETORA DE PARCERIAS DE MODA DO INSTAGRAM E AUTORA DE LIVROS INFANTIS, COMPARTILHA EM SEU PERFIL O DIA A DIA DE UMA MÃE APAIXONADA POR MODA.

#monthinspiration

MODA É SOBRE EXPRESSÃO, COMPORTAMENTO E PERSONALIDADE

INSPIRED BY OXYGEN

[@IGUATEMI](https://www.instagram.com/IGUATEMI)

WWW.IGUATEMI.COM.BR