



PARA ENTENDER

# CATEGORIAS DOS PRODUTOS DE MODA

FASHION  
FOR  
FUTURE

## AS CATEGORIAS DOS PRODUTOS

A moda possui modelos de negócios muito particulares, que dificilmente são comparáveis às outras indústrias. Isso se deve à presença simultânea de conceitos diversos da criação e do *business*: uma coleção requer planejamento e estratégia comercial, mas também, precisa ser autoral e atrair os consumidores com seu estilo e beleza.

São os modelos de negócios que definem quais as categorias de produtos são mais adequadas ao seu mercado. Suas características criativa e comercial refletem o comportamento e necessidade do consumidor de um dado momento histórico. Neste e-book aprenda sobre as categorias de produtos de moda.

Boa leitura!



## ALTA-COSTURA

Alta costura, do original em francês *Haute-Couture*, é um modelo de negócios na moda que tem um uso muito específico e exclusivo.

A alta costura é francesa e nasceu no século 19. O inglês Charles Worth estabeleceu um ateliê em Paris, onde criava modelos únicos para suas clientes e esses modelos dirigiam o que seria moda ou não daí em diante. De lá pra cá a alta-costura estabeleceu-se e agregou diferentes casas (como Dior e Chanel, por exemplo) organizadas de acordo com as regras da Câmara Sindical da Alta Costura. Para participar desse seleto grupo, os ateliês devem possuir um número mínimo de trabalhadores técnicos fixos, devem apresentar coleções a cada estação com no mínimo 50 novos modelos e devem atender a clientes privados.



Elle Brasil, vestido Dior Couture

#CATEGORIAS

# PRÊT-À-PORTER

FASHION  
FOR  
FUTURE

Prêt-à-porter é a palavra em francês para designar a roupa feita em escala industrial das marcas de luxo. A categoria surgiu após a segunda guerra mundial, o período foi marcado pela produção de roupas prontas e mais acessíveis pelas grandes casas de moda que só se dedicavam à alta-costura. Assim, além das peças exclusivas, os costureiros criavam coleções para serem comercializadas com a sua marca e apresentando seu estilo. Junto com esse processo, houve o apogeu da venda de acessórios que acompanhavam esses produtos e teve início o império das marcas de moda.



Desfile Prêt-à-porter em Florença  
no Palazzo Pitti, 1951

#CATEGORIAS

# READY-TO-WEAR

FASHION  
FOR  
FUTURE

A maioria dos especialistas diz que ready-to-wear e prêt-a-porter são conceitos iguais.

A tradução é exatamente a mesma, que significa em português, pronto para vestir.

Porém, a principal diferença discutida, é que o prêt-à-porter são coleções assinadas por marcas de luxo, e já o ready-to-wear são coleções prontas para vestir de marcas mais acessíveis e que geralmente não possuem uma "assinatura": quem criou o produto é um anônimo e a coleção pode não ter nenhum estilo assumido.



# #CATEGORIAS

## RESORT

FASHION  
FOR  
FUTURE

A coleção Resort, também chamada *Cruise*, é uma estratégia das marcas de luxo para atender os clientes do hemisfério norte que fogem do frio: durante o inverno (dezembro e janeiro) eles passam períodos de férias no hemisfério sul, onde já é verão. Por isso, os agora populares desfiles e apresentações especiais das coleções *Cruise* que acontecem entre maio e junho, promovem vendas para dezembro.

Os principais clientes são os *influencers* e celebridades que tornam essas coleções uma tendência imediata e desejada por todos.



Coleção Resort Christian Dior

#CATEGORIAS

# FAST FASHION

FASHION  
FOR  
FUTURE

Fast-fashion é o nome dado a um modelo de negócios que promove a sensação de que roupas de moda – aquelas que seguem as últimas tendências – são comercializadas a preços acessíveis e estão imediatamente nas lojas.

É um sistema totalmente dependente uma cadeia muito organizada e eficaz, que garante continuamente que uma grande variedade de produtos poderá ser oferecida ao consumidor, atendendo ao seu desejo de mudança veloz e periódica.

O modelo de negócios surgiu há duas décadas quando empresas europeias, como a espanhola Zara, passaram a utilizar a mão-de-obra de países mais baratos e otimizaram a logística e comercialização, fazendo com que o preço dos produtos caísse drasticamente.



## SLOW FASHION

Slow Fashion é uma expressão cunhada por Kate Fletcher para designar, em termos gerais, uma relação da moda com o indivíduo e a sociedade sem necessariamente, opor-se ao fast-fashion. O termo foi emprestado do campo gastronômico – o Slow Food Movement foi criado pelo italiano Carlo Petrini em 1986 -, que era ligado ao prazer e à responsabilidade da alimentação.

O Slow Fashion defende a diversidade ao invés da estandardização do gosto, a proteção da identidade do consumidor. É a atenção que se dá ao design, à produção, e ao consumo e, também, à qualidade de vida. Assim, o Slow Fashion prioriza a qualidade e não o tempo, vinculando a decisão de designers, produtores, vendedores e consumidores aos trabalhadores, comunidades e ecossistemas. Slow Fashion é antes de tudo comportamental e não uma proposta comercial.



Kate Fletcher

Sportswear é a categoria de roupas esportivas. Surgiu nos anos 1930 nos EUA, e foi o primeiro termo usado para designar as roupas casuais, já que as pessoas só usavam esse tipo de roupa para a prática de esportes.

Se tornou popular ao redor do mundo nos anos 1950 com as designers norte-americanas Bonnie Cashin e Claire McCardell, que ao se inspirar nas roupas de esportes criando roupas confortáveis para o dia-a-dia com tecidos de malha. Desde então, marcas de produtos de esporte como, Nike, Adidas e Puma produzem as roupas e acessórios mais usados no mundo.



Maiô Claire McCardell, 1950

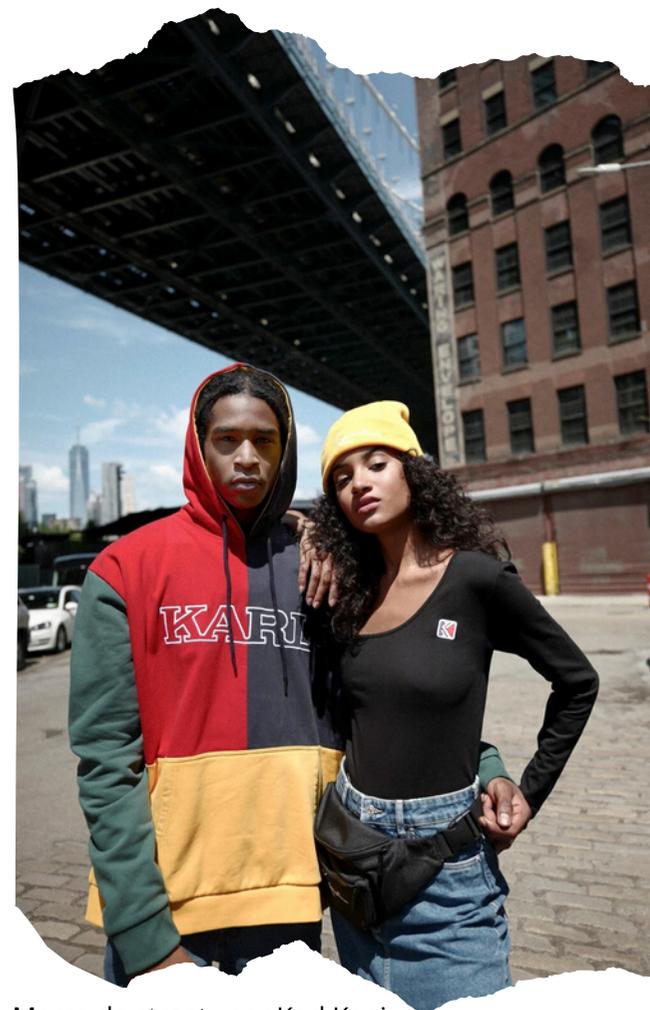
## STREETWEAR

Streetwear designa as roupas casuais urbanas que passaram a ter destaque depois que a fotografia das ruas tomou os jornais e as revistas de moda.

O termo surgiu nos anos 1980 nos EUA e se tornou popular com os surfistas da Califórnia e também na comunidade do hip-hop dos subúrbios de Nova Iorque. No início era um estilo confortável de se vestir, com moletoms e camisetas, inspirado nas roupas do *sportswear*, que se mistura com o estilo de movimentos e tribos urbanas, assim como o punk.

As roupas do streetwear são marcadas por camisetas com frases e afirmações das opiniões dos jovens urbanos.

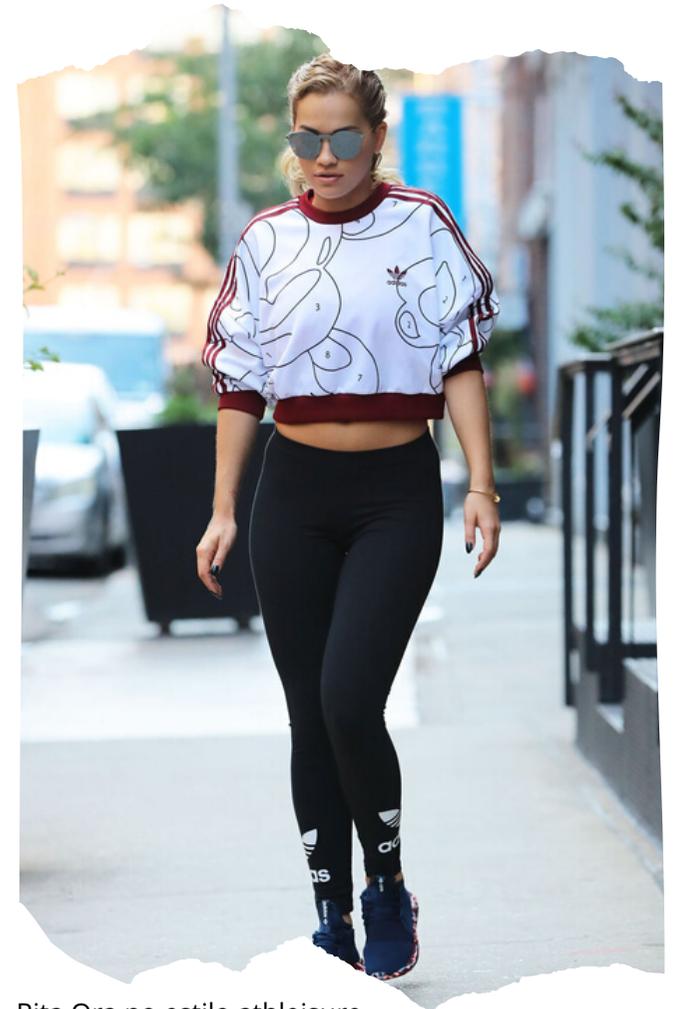
A partir dos anos 1990 se tornou uma categoria entre as marcas emergentes de moda, que se designam "marcas de streetwear". As coleções são marcadas por roupas com silhueta larga e materiais confortáveis, e o acessório essencial é o tênis.



Marca de streetwear Karl Kani

## ATHLEISURE

O termo athleisure se origina da mistura das palavras em inglês: *athlete* (atleta) e *leisure* (prazer). Criado recentemente por jornalistas de moda, é a categoria considerada a evolução do sportswear. Trata-se da clara influência das tendências de moda no design da roupa esportiva, tendo se popularizado a partir das celebridades, que adotam esse visual até mesmo em festas. Marcas de sportswear têm produzido coleções que os consumidores desejam usar fora das academias e marcas de luxo também passaram a criar roupas esportivas para o dia-a-dia.



Rita Ora no estilo athleisure

#CATEGORIAS

# BESPOKE

FASHION  
FOR  
FUTURE

O termo bespoke é usado na moda dentro do universo da alfaiataria, mas pode definir qualquer produto que é feito sob medida.

Em geral, são as peças feitas pelos alfaiates ou marcas do setor produzidas do zero, a partir das medidas do cliente e, também, todos os detalhes - forro, botões, bolsos, lapela etc. - podem atender seu gosto.

Devido à exclusividade e da artesanidade, o custo de produção dessas peças é alto, por isso, as marcas bespoke tomam parte do segmento luxo.



## MADE-TO-MEASURE

A expressão made-to-measure - também usada na alfaiataria -, significa feito sob medida, mas na prática o termo possui um conceito diferente de bespoke: sua principal diferença é que em uma marca made-to-measure os produtos são semi-industrializados, isto é, o cliente pode customizar suas peças dentro de um padrão de produção. Os moldes são padronizados e os ajustes são feitos já na peça pronta, além disso, a opção de escolha dos detalhes é limitada. Existe um planejamento de coleção baseado nas opções de customização e nos custos de produção. Apesar da diferença com o bespoke, produtos made-to-measure também são do universo do luxo.



The background of the entire image is a photograph of a clothing store. It shows two rows of black metal clothing racks. The top row is filled with various sweaters and knitwear in shades of white, beige, and brown. The bottom row shows more clothing, including patterned blouses and more sweaters. The lighting is warm and focused on the garments, with some blurred lights in the background.

**PARTICIPE DO CURSO ONLINE**  
**PLANEJAMENTO DE**  
**COLEÇÃO DE MODA**

**INSCREVA-SE! VAGAS LIMITADAS**