

Apuesta por la sostenibilidad y lo vintage

LA TENDENCIA RETRO SE QUEDA ENTRE NOSOTROS UNA TEMPORADA MÁS Y A ELLA SE LE SUMA LA APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD. Y ES QUE, POCO A POCO, LOS CONSUMIDORES BUSCAN MONTURAS ELABORADAS CON MATERIALES LO MÁS RESPETUOSOS POSIBLES CON EL MEDIO AMBIENTE. TODO SIN OLVIDAR EL COLOR, SÍMBOLO DE ALEGRÍA Y POSITIVISMO, SENTIMIENTOS MUY NECESARIOS TRAS MÁS DE UN AÑO DE PANDEMIA.

Las gafas dicen mucho de nosotros. Ayudan a favorecer nuestros rasgos faciales, a la par que muestran nuestra personalidad y nuestro estilo. A la hora de elegir unas nuevas monturas, el usuario muchas veces se muestra abrumado ante el gran abanico de posibilidades que hay en el mercado. Un mercado en el que, un año más, siguen tendencias como lo vintage y lo retro, pero que da pasos hacia una mayor sostenibilidad, tanto en los materiales de las monturas como en la producción de las mismas. Analizamos, a continuación, algunas de las tendencias de este 2021.

Aire vintage. Seguimos mirando hacia atrás. Quizá porque lo antiguo siempre vuelve, o porque queremos resguardarnos en tiempos que fueron mejores y en los que no sabíamos de la existencia del coronavirus. Sea como fuere, sigue la inspiración de los años 70 y 80, y lo retro y vintage continúa entre nosotros. Ya sea con gafas de pasta o de metal, los modelos que nos transportan a esa década son los protagonistas de los escaparates esta temporada, y quienes las lleven desprenderán elegancia y estilo.

Tamaño y forma. Lejos queda aquel refrán de 'Menos es más'. Una temporada más siguen entre





El futuro consumidor

El mundo está cambiando a una velocidad importante. La pandemia ha traído nuevas tendencias y nuevos consumidores. Por eso, hay que entender qué quiere el consumidor a corto, medio y largo plazo. ¿Cómo nos sentiremos en el 2022? Los sentimientos de los consumidores serán los que dirigirán la compra y sus acciones. Desde MIDO han explicado que tres serán los sentimientos que van a predominar el año que viene: miedo, resiliencia y optimismo. Del primero, hablaremos de la ecoansiedad (miedo por el calentamiento global y la situación mundial); el miedo por la incertidumbre financiera y económica; y el contagio emocional, es decir, sentir propias las penas y malas situaciones de los demás.

Estos sentimientos afectarán a los perfiles de los nuevos consumidores, que se podrán dividir también en tres tipos diferentes: *The Stabilisers*, *The Settlers* y los Nuevos Optimistas. Los primeros, principalmente millennials y generación X priorizan estabilidad en todos sus aspectos de la vida, en reacción a la desincronización y a los sentimientos de incertidumbre crónica. Están comenzando a optar por salir del culto a la productividad y optar por una mentalidad de aceptación radical. Están cansados y padecen burnout, pero también quieren encontrar su espacio zen. Los Settlers, quieren asentarse en su ambiente, poner al día su nuevo entorno, y volver a integrarse en la comunidad a medida que lo hagan. Finalmente, los nuevos optimistas querrán compartir y celebrar, y eso se traducirá en un consumo también optimista.

nosotros los modelos *oversize*. Encontramos monturas extra-grandes y con formas muy variadas: cuadradas, de mariposa, hexagonales, *cat eye*... Sin embargo, las gafas redondas siguen estando entre las tendencias más demandadas sean del tamaño y del material que sean.

Hay que mencionar, asimismo, las monturas con barra superior que unen ambas lentes, una de las últimas novedades. Se pueden ver tanto en monturas de pasta como de metal, y darán un toque atrevido a aquellos que apuesten por estos modelos.

Colores. El optimismo y las ganas de vivir, que se nos han arrebatado durante este largo año de pandemia, han hecho que todo tipo de colores lleguen a las monturas. Encontramos monturas con colores vivos, flúor, neón, o algo más discretos, además de monturas con estampados o, incluso, monturas bicolors. Este año, sin embargo, destacan las monturas en tonos rosados. El consumidor tendrá una gran variedad de posibilidad para elegir. Eso sí, a la hora de escoger la montura, es necesario que el cliente tenga en cuenta tanto su tono de piel como de cabello, ya que unos son más favorecedores que otros.

Por otro lado, mención especial merecen las gafas transparentes, que esta temporada han tomado fuerza en las ópticas. Son gafas que sientan bien a todo el mundo, que enmarcan la mirada de una manera discreta, y que se pueden combinar con cualquier estilo de ropa. Destacan también las gafas transparentes de colores, principalmente en rosado como hemos mencionado antes, que permiten iluminar el rostro. Además, tampoco podemos olvidarnos del carey, un clásico de todas las temporadas que se renueva constantemente para ponerse al día, pero que nunca pasada de moda.

Materiales. El metal, que cada vez va logrando más adeptos, es el rey esta temporada. Las monturas de metal finas son perfectas para hombres y mujeres por igual, por lo que

EL OPTIMISMO Y LAS GANAS DE VIVIR, QUE SE NOS HAN ARREBATADO DURANTE ESTE LARGO AÑO DE PANDEMIA, HAN HECHO QUE TODO TIPO DE COLORES LLEGUEN A LAS MONTURAS

son las que se están poniendo más de moda. Además, son una opción ideal para aquellos que quieren estar a la moda, pero sin destacar mucho. También se buscan materiales más sostenibles, ganando terreno las monturas de bambú, madera o de materiales reciclados.

Sostenibilidad

Siguiendo con los materiales, no hay duda de que los usuarios están demandando cada vez más respuestas respetuosas con el medio ambiente. Esto también se ve reflejado en el mercado de las ópticas, donde los usuarios se cuestionan no sólo sobre el origen del material de sus monturas, sino también sobre cómo ha sido el proceso de fabricación de las mismas.

En la feria MIDO se presentaron una serie de claves que no hay que perder de vista sobre la sostenibilidad e innovación en los materiales de las monturas. Van dirigidas en las siguientes líneas:

- **Monturas de bioacetato.** Tal y como señalan desde ace & tate, *“el bioacetato se produce utilizando plastificantes de base biológica, fabricados a partir de fuentes renovables, en lugar de a base de aceite. El acetato reciclado se elabora a partir de residuos preconsumo: recortes de la producción que se recogen y se convierten en nuevas monturas”*. Teniendo en cuenta esto, destacan desde MIDO, hay que asegurarse que el acetato de celulosa utilizado sea la opción más ecológica. Hay muchas marcas innovadoras que se mueven en este aspecto, como Stella McCartney.
- **Monturas de bioplástico.** En este caso, los fabricantes tienen que asegurarse de que los bioplásticos estén hechos con plastificantes de base biológica, lo que les permite ser biodegradables. Están hechos de nuevos materiales biológicos materiales (como el maíz), son menos tóxicos y pueden ser biodegradables.
- **Monturas de plástico reciclado.** La idea es usar los residuos de la industria y trabajar en equipo con iniciativas que ayuden a las comunidades a convertir los residuos molestos en fuentes de ingresos.
- **Compuestos a base de plantas.** Asociarse con agricultores, fabricantes y gestores de residuos para encontrar nuevos residuos para los materiales de las monturas.
- **Materiales naturales.** Están surgiendo monturas de madera natural, bambú y corcho que ofrecen opciones alternativas sostenibles. Tienen un menor impacto sobre el medio ambiente, tienen colores atractivos y son hipoalergénicos.
- **Metal reciclado.** Usar metal reciclado o que sea reciclable, asegurándonos de que los metales sean seguros y no tóxicos en la reutilización.
- **Revender – reutilizar – reparar.** Es hora de extender el ciclo de vida del producto. A todo ello, hay que añadir otra tendencia clave: extender el ciclo de vida del producto. Y esto se puede hacer incluyendo modelos antiguos en las gamas, reutilizando el material en las nuevas monturas u ofreciendo la reparación de las gafas para fomentar una mayor lealtad por parte del cliente. ■

Colores y materiales 2022

En MIDO analizaron también los colores que serán tendencia en la temporada primavera/verano del 2022. El primero que hay que mencionar es el color mantequilla, que será el nuevo amarillo, y que se puede añadir para agregar calidad y lujo a los colores neutrales transestacionales. Será un color muy prevalente en las próximas colecciones y es una manera suave de incorporar el amarillo. En cuanto a los marrones, se van a volver más oscuros y la tendencia será mezclarlos con color sepia, jengibre o el color aceite de oliva. Tampoco hay que perder de vista los verdes, que equivalen a sostenibilidad.

Los rosas serán muy importantes la temporada que viene. Desprenden optimismo, algo imprescindible tras la pandemia, y se usarán toda la gama: desde rosa brillante hasta granate oscuro, como alternativa al negro. Siguiendo con el optimismo y la vitalidad, tampoco podremos olvidar los naranjas, que aumentan la sensación de salud y de bienestar. Entre los naranjas, no hay que perder la pista al naranja mango.

Los colores pastel seguirán estando de moda, tanto mezclado entre ellos (jugando con las combinaciones), al igual que los verdes y azules tropicales, que nos transportan inmediatamente al verano.



**SE BUSCAN MATERIALES MÁS SOSTENIBLES,
GANANDO TERRENO LAS MONTURAS
DE BAMBÚ, MADERA O DE MATERIALES
RECICLADOS**