

Ropa de descanso

Aunque la ropa de descanso ha sido un sector en crecimiento durante más de una década, algunos factores, como el deseo de comodidad, la popularidad de las prendas multiuso y el auge del teletrabajo, han resultado en un crecimiento exponencial.



2017

El sector de la ropa de descanso multicategoría o las colecciones de 'ropa para todo el día' o 'lifewear' comienzan a tomar forma –algo destacado por WGSN en las ferias comerciales y defendido por marcas como Hanro, Asceno y Lunya.

2018

La creciente importancia del hogar como un espacio de bienestar y confort aparece en el reportaje Innovaciones para el Futuro 2021 de WGSN.

El concepto de El hogar en el centro vuelve a ganar protagonismo en Grandes ideas 2021 – WGSN pronostica que el trabajo y el ocio más cerca de casa ayudará al crecimiento de la categoría de ropa de descanso.

Comodidad estudiada – WGSN pronostica cómo responderá la moda a nuestras cambiantes

2019

relaciones y define el estilo 'la nueva comodidad'.

La tendencia #vestirdepijama se añade al Fashion Feed de WGSN.

El deseo de comodidad en el hogar se confirma con los datos de WGSN Instock, que muestran un aumento de los términos 'suavidad' y 'acogedor' en el retail, donde las propiedades 'suaves' crecieron un 109% en EE.UU. y un 30% en Reino Unido a nivel interanual en las entregas de nueva temporada para la ropa de descanso de O/I 18.

Se añaden los hashtags #estilodequedarseencasa, #ropadecasaparaexterior y #conjuntodepunto al Fashion Feed.

Debido al confinamiento durante la pandemia de coronavirus, WGSN revisita las prioridades de diseño de 2020/21, ofreciendo direcciones de diseño y análisis bajo el paraguas de 'El hogar en el centro'.

Los pantalones deportivos agotados a precio original suben un 16% en Reino Unido y un 22% en EE.UU.

Tras la pandemia, los cambios duraderos en el estilo de vida y la tendencia #estilodequedarseencasa continuarán influyendo en la ropa de descanso, con un énfasis en los tejidos cómodos y éticos y en las propiedades refrescantes.

2020